

**RESPON MAHASISWA JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR TERHADAP
HOAX DI MEDIA SOSIAL**



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh :

MUTMAINNAH

NIM: 50100114008

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutmainnah
NIM : 50100114008
Tempat/Tgl. Lahir : Pesuloang, 20 Juni 1996
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Jln. Veteran Bakung Perumahan Cahaya Bukit Samata B/7
Judul : Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN
Alauddin Makassar Terhadap *Hoax* di Media Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Samata-Gowa, 20 Juni 2018

Penulis



Mutmainnah

NIM. 50100114008

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial”, yang disusun oleh Mutmainnah, NIM: 50100114008, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Rabu, 25 Juli 2018 M, bertepatan dengan 12 DzulKaidah 1439 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Samata-Gowa, 25 Juli 2018 M
12 DzulKaidah 1439 H

DEWAN PENGUJI:

Ketua : Dra. Asni Djamereng, M.Si

Sekretaris : Drs. Syam'un, M.Pd., M.M.

Munaqisy I : Dr. Muhammad Shuhufi, M.Ag

Munaqisy II : Dr. Syamsidar, S.Ag., M.Ag

Pembimbing I : Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si

Pembimbing II: Dr. Irwan Misbach, SE, M.Si

()
()
()
()
()
()

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar,



Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag, M.Pd, M.Si, MM
NIP. 19690827 199603 1 004

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Tuhan semesta Alam yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang mana berkat rahmat dan karunia-Nya serta taufiq-Nya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi yang berjudul “Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di Media Sosial” ini tanpa ada kendala yang berarti.

Selawat dan salam tetap tercurah kepada baginda Rasulullah saw. dimana atas ajarannya sehingga manusia dapat melangkah dari zaman jahiliah menuju zaman kepintaran dan kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan yang membawa manusia ke jalan orang-orang yang berada dalam naungan mahabah sang Rabb yaitu orang yang beriman dan berilmu pengetahuan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak pelajaran dan pengajaran.

Tidak dipungkiri bahwa selama penyusunan skripsi ini penulis mendapat beberapa kendala baik dari diri penulis sendiri maupun pihak dari luar. Akan tetapi berkat izin dan pertolongan Allah swt., kemudian bantuan dari beberapa pihak maka semua kendala tersebut dapat dilalui dengan penuh semangat, ketulusan dan kesabaran. Oleh karena itu, penulis merasa wajib menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih kepada beberapa pihak. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Rektor UIN Alauddin Makassar Prof. Dr. H. Musafir, M.Si., Wakil Rektor I Prof. Dr. H. Mardan, M.Ag, Wakil Rektor II Prof. Dr. H. Lomba Sultan, M.A. Wakil Rektor III Prof. Siti Aisyah, M.A. Ph.D dan Wakil Rektor IV Prof. Hamdan Juhannis, M.A, Ph.D yang telah memberikan kesempatan untuk mengecap kehidupan kampus UIN Alauddin Makassar;

2. Dr. H. Abd. Rasyid Masri, M.Pd, M.Si, M.M., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Wakil Dekan I Dr. H. Misbahuddin, M.Ag, Wakil Dekan II Dr. H. Mahmuddin, M.Ag, dan Wakil Dekan III Dr. Nursyamsiah, M.Pd.I yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi;
3. Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si dan Dra. Asni Djamereng, M.Si, selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah banyak meluangkan waktunya berupa ilmu, nasehat, motivasi serta pelayanan yang baik;
4. Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si dan Dr. Irwan Misbach, SE. M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dan proses penyusunan skripsi ini;
5. Dr. Muhammad Suhufi, M.Ag dan Dr. Syamsidar, M.Ag selaku penguji I dan II yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi ini;
6. Seluruh Dosen, Kepala Bagian Tata Usaha, Kasubag Umum dan Akademik, bersama seluruh staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberi bekal ilmu, bimbingan, motivasi, nasehat serta pelayanan terbaiknya;
7. Kepala Perpustakaan UIN Alauddin Makassar dan seluruh stafnya yang telah membantu dan melayani penulis dalam pencarian bahan penyusunan skripsi ini;
8. Kepala Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta staf pegawai yang telah membantu banyak dalam mengatasi kekurangan dalam bahan penulisan;
9. Kedua orangtua penulis, Ayahanda Jaenuddin yang telah membesarkan dan memberi kasih sayang utuh sedari penulis kecil dan sekaligus menjadi motivasi untuk menyelesaikan studi. Ibunda St. Alang dan Adinda

10. Muhammad Fadhil, Nur Ainun Mardiyah, serta Dian Indah Kusuma, yang menjadi penyemangat penulis untuk segera menyelesaikan studi.
11. Keluarga besar kelas KPI A 2014 teman yang menjadi saksi perjuangan penulis berproses menjadi yang lebih baik seperti sekarang ini. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya bagi penyusun dalam penyusunan penulisan skripsi ini baik secara materil maupun formil.

Penulis menyadari sepenuhnya, karya ini merupakan sebuah karya sederhana yang sarat akan kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Wassalamu'Alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Samata-Gowa, 01 Mei 2018

Penulis,

MUTMAINNAH

NIM. 50100114008

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvii
ABSTRAK.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1-14
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Definisi Operasional	8
D. Penelitian Terdahulu.....	12
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN TEORETIS	15-31
A. Tinjauan tentang respon	15
B. Tinjauan tentang <i>hoax</i>	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32-39
A. Metode dan Lokasi Penelitian	32
B. Populasi dan Sampel.....	33
C. Metode Pengumpulan Data	35
D. Instrumen Penelitian	36
E. Uji Validitas.....	37
F. Teknik Pengolahan Data.....	38
G. Analisa Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	40-156
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	40
B. Data Responden.....	42

C. Gambaran Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Makassar terhadap Hoax di Media Sosial.....	45
D. Pembahasan.....	142
BAB V PENUTUP.....	158-159
A. Kesimpulan.....	158
B. Implikasi Penelitian.....	159
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	162
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	185



DAFTAR TABEL

Tabel 3.3	Tabel Ukuran Sampel
Tabel 3.3	Tabel Isi Angket
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden
Tabel 4.2	Angkatan Responden
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengingat (Laki-Laki)
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Kemampuan Memahami (Laki-Laki)
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menerapkan (Laki-Laki)
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menganalisis(Laki-Laki)
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengevaluasi(Laki-Laki)
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengkreasikan(Laki-Laki)
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Pengetahuan (Laki-Laki)
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengingat (Perempuan)
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Kemampuan Memahami (Perempuan)
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menerapkan (Perempuan)
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menganalisis (Perempuan)
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengevaluasi (Perempuan)
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengkreasikan (Perempuan)
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Pengetahuan (Perempuan)
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi Sikap Menerima (Laki-laki)
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Sikap Menaggapi (Laki-laki)
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi Sikap Menilai (Laki-laki)
Tabel 4.20	Distribusi Frekuensi Sikap mengelola (Laiki-laki)
Tabel 4.21	Distribusi Frekuensi Sikap Menghayati (Laki-laki)

Tabel 4.22	Distribusi Frekuensi Sikap (Laki-laki)
Tabel 4.23	Distribusi Frekuensi Sikap Menerima (Perempuan)
Tabel 4.24	Distribusi Frekuensi Sikap Menaggapi (Perempuan)
Tabel 4.25	Distribusi Frekuensi Sikap Menilai (Perempuan)
Tabel 4.26	Distribusi Frekuensi Sikap mengelola (Perempuan)
Tabel 4.27	Distribusi Frekuensi Sikap Menghayati (Perempuan)
Tabel 4.28	Distribusi Frekuensi Sikap (Perempuan)
Tabel 4.29	Distribusi Frekuensi Meniru (Laki-laki)
Tabel 4.30	Distribusi Frekuensi Manipulasi (Laki-laki)
Tabel 4.31	Distribusi Frekuensi Pengaktualisasian (Laki-laki)
Tabel 4.32	Distribusi Frekuensi Mengekspresikan (Laki-laki)
Tabel 4.33	Distribusi Frekuensi Tindakan (Laki-laki)
Tabel 4.34	Distribusi Frekuensi Meniru (Perempuan)
Tabel 4.35	Distribusi Frekuensi Manipulasi (Perempuan)
Tabel 4.36	Distribusi Frekuensi Pengaktualisasian (Perempuan)
Tabel 4.37	Distribusi Frekuensi Mengekspresikan (Perempuan)
Tabel 4.38	Distribusi Frekuensi Tindakan (Perempuan)
Tabel 4.39	Perbandingan Respon Laki-laki dan Perempuan
Tabel 4.40	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengingat (Angkatan2014)
Tabel 4.41	Distribusi Frekuensi Kemampuan Memahami (Angkatan2014)
Tabel 4.42	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menerapkan (Angkatan2014)
Tabel 4.43	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menganalisis (Angkatan2014)
Tabel 4.44	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengevaluasi (Angkatan2014)
Tabel 4.45	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengkreasikan(Angkatan2014)

Tabel 4.46	Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI (Angkatan2014)
Tabel 4.47	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengingat (Angkatan2015)
Tabel 4.48	Distribusi Frekuensi Kemampuan Memahami (Angkatan2015)
Tabel 4.49	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menerapkan (Angkatan2015)
Tabel 4.50	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menganalisis (Angkatan2015)
Tabel 4.51	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengevaluasi (Angkatan2015)
Tabel 4.52	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengkreasikan (Angkatan2015)
Tabel 4.53	Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI (Angkatan2015)
Tabel 4.54	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengingat (Angkatan 2016)
Tabel 4.55	Distribusi Frekuensi Kemampuan Memahami (Angkatan 2016)
Tabel 4.56	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menerapkan (Angkatan 2016)
Tabel 4.57	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menganalisis (Angkatan 2016)
Tabel 4.58	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengevaluasi (Angkatan 2016)
Tabel 4.59	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengkreasikan (Angkatan 2016)
Tabel 4.60	Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI (Angkatan 2016)
Tabel 4.61	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengingat (Angkatan 2017)
Tabel 4.62	Distribusi Frekuensi Kemampuan Memahami (Angkatan 2017)
Tabel 4.63	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menerapkan (Angkatan 2017)
Tabel 4.64	Distribusi Frekuensi Kemampuan Menganalisis (Angkatan 2017)
Tabel 4.65	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengevaluasi (Angkatan 2017)
Tabel 4.66	Distribusi Frekuensi Kemampuan Mengkreasikan (Angkatan 2017)
Tabel 4.67	Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI (Angkatan 2017)
Tabel 4.68	Distribusi Frekuensi Sikap Menerima (Angkatan 2014)
Tabel 4.69	Distribusi Frekuensi Sikap Menaggapi (Angkatan 2014)

Tabel 4.70	Distribusi Frekuensi Sikap Menilai (Angkatan 2014)
Tabel 4.71	Distribusi Frekuensi Sikap mengelola (Angkatan 2014)
Tabel 4.72	Distribusi Frekuensi Sikap Menghayati (Angkatan 2014)
Tabel 4.73	Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI (Angkatan 2014)
Tabel 4.74	Distribusi Frekuensi Sikap Menerima (Angkatan 2015)
Tabel 4.75	Distribusi Frekuensi Sikap Menaggapi (Angkatan 2015)
Tabel 4.76	Distribusi Frekuensi Sikap Menilai (Angkatan 2015)
Tabel 4.77	Distribusi Frekuensi Sikap mengelola (Angkatan 2015)
Tabel 4.78	Distribusi Frekuensi Sikap Menghayati (Angkatan 2015)
Tabel 4.79	Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI (Angkatan 2015)
Tabel 4.80	Distribusi Frekuensi Sikap Menerima (Angkatan 2016)
Tabel 4.81	Distribusi Frekuensi Sikap Menaggapi (Angkatan 2016)
Tabel 4.82	Distribusi Frekuensi Sikap Menilai (Angkatan 2016)
Tabel 4.83	Distribusi Frekuensi Sikap mengelola (Angkatan 2016)
Tabel 4.84	Distribusi Frekuensi Sikap Menghayati (Angkatan 2016)
Tabel 4.85	Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI (Angkatan 2016)
Tabel 4.86	Distribusi Frekuensi Sikap Menerima (Angkatan 2017)
Tabel 4.87	Distribusi Frekuensi Sikap Menaggapi (Angkatan 2017)
Tabel 4.88	Distribusi Frekuensi Sikap Menilai (Angkatan 2017)
Tabel 4.89	Distribusi Frekuensi Sikap mengelola (Angkatan 2017)
Tabel 4.90	Distribusi Frekuensi Sikap Menghayati (Angkatan 2017)
Tabel 4.91	Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI (Angkatan 2017)
Tabel 4.92	Distribusi Frekuensi Meniru (Angkatan 2014)
Tabel 4.93	Distribusi Frekuensi Manipulasi (Angkatan 2014)

Tabel 4.94	Distribusi Frekuensi Pengaktualisasian (Angkatan 2014)
Tabel 4.95	Distribusi Frekuensi Mengekspresikan (Angkatan 2014)
Tabel 4.96	Distribusi Frekuensi Tindakan Mahasiswa KPI (Angkatan 2014)
Tabel 4.97	Distribusi Frekuensi Meniru (Angkatan 2015)
Tabel 4.98	Distribusi Frekuensi Manipulasi (Angkatan 2015)
Tabel 4.99	Distribusi Frekuensi Pengaktualisasian (Angkatan 2015)
Tabel 4.100	Distribusi Frekuensi Mengekspresikan (Angkatan 2015)
Tabel 4.101	Distribusi Frekuensi Tindakan Mahasiswa KPI (Angkatan 2015)
Tabel 4.102	Distribusi Frekuensi Meniru (Angkatan 2016)
Tabel 4.103	Distribusi Frekuensi Manipulasi (Angkatan 2016)
Tabel 4.104	Distribusi Frekuensi Pengaktualisasian (Angkatan 2016)
Tabel 4.105	Distribusi Frekuensi Mengekspresikan (Angkatan 2016)
Tabel 4.106	Distribusi Frekuensi Tindakan Mahasiswa KPI (Angkatan 2016)
Tabel 4.107	Distribusi Frekuensi Meniru (Angkatan 2017)
Tabel 4.108	Distribusi Frekuensi Manipulasi (Angkatan 2017)
Tabel 4.109	Distribusi Frekuensi Pengaktualisasian (Angkatan 2017)
Tabel 4.110	Distribusi Frekuensi Mengekspresikan (Angkatan 2017)
Tabel 4.111	Distribusi Frekuensi Tindakan Mahasiswa KPI (Angkatan 2017)
Tabel 4.112	Perbandingan Respon Tiap Angkatan
Tabel 4.113	Distribusi Frekuensi Pengetahuan
Tabel 4.114	Distribusi Frekuensi Sikap
Tabel 4.115	Distribusi Frekuensi Tindakan

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Stimulus Respon
- Gambar 4.1 Struktuk Organisasi Jurusan KPI
- Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden
- Gambar 4.3 Angkatan Responden



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)

ع	‘ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vocal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْ	<i>Fathah</i> dan <i>ya</i>	ai	a dan i
اُوْ	<i>Fathah</i> dan <i>wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ...	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	a>	a dan garis di atas
إِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	i>	i dan garis di atas
أُوْ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	u>	u dan garis di atas

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan berikut ini yang dibakukan, adalah:

1. swt. = *Subhanahu wa ta ala*
2. saw. = *Sallallahu 'alaihi wa sallam*
3. a.s. = *'alaihi al-salam*
4. H = Hijrah
5. M = Masehi
6. SM = Sebelum Masehi
7. l. = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
8. w. = Wafat Tahun
9. QS.../...4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Al Imran/3: 4
10. HR = Hadis Riwayat

ABSTRAK

Nama penyusun : **Mutmainnah**
NIM : **50100114008**
Judul Skripsi : **Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media sosial.**

Skripsi ini membahas tentang Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap *Hoax* di Media sosial. Adapun pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah Bagaimana Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di Media Sosial

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan metode kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Adapun sumber data penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 sampai 2017 sebanyak 82 responden. Instrumen penelitian yaitu kuesioner dan aplikasi pengolah data SPSS versi 18 *for windows*. Teknik analisis yang digunakan adalah jenis atau tipe Statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai *hoax* sangatlah rendah, sehingga mahasiswa tidak mampu membedakan antara *hoax* dan berita yang sesungguhnya. (2) Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam menunjukkan sikap yang negatif terhadap *hoax*, dimana mahasiswa tidak menyukai serta merasa terganggu dengan banyaknya *hoax* yang tersebar di media sosial. (3) Tindakan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap *hoax* sangatlah rendah, baik itu menyebarkan berita *hoax* ataupun mencoba mempraktekkan apa yang ada pada *hoax* tersebut.

Penelitian ini memiliki Implikasi teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memperkaya keilmuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran, sekaligus sebagai sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, diperlukan materi tentang *hoax* yang diajarkan secara akademik dan dibukukan sebagai pedoman pembelajaran. Implikasi praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan secara khusus kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, agar dijadikan bahan evaluasi dalam menyikapi *hoax* di media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *hoax*, sehingga para pembaca lebih pandai dalam menyikapinya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, media massa pun juga mengalami perkembangan yang pesat lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru dalam hal ini adalah media *online* atau biasa disebut internet.¹ Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1990-an. Pada awal mulanya media *online* atau internet digunakan hanya untuk keperluan *Department of Defense America* (Departemen Pertahanan Amerika) yang bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat pertukaran informasi intelejen mereka pada saat itu.

Media online juga berarti media massa yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet, sehingga bisa dikatakan sebagai “generasi ketiga” setelah media cetak seperti surat kabar dan media elektronik seperti radio dan televisi, dimana media *online* juga merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalisme* yang didefinisikan sebagai pelapor fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Secara teknis, media *online* adalah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet).² Termasuk kategori media *online* adalah portal, radio *online*, email dan website (situs web, blog) juga termasuk media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook dan Twitter.

¹ Siswanto, „Efek Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi Pada Media Cetak Diera Kovergensi”, *Jurnal Pengembangan riset dan sistem informasi komputer*, vol. 94 no 1 (Maret 2017), h. 22

² Asep syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h. 30-31.

Pesatnya perkembangan media *online* sebagai media baru, ternyata membawa dampak tersendiri bagi media lainnya, termasuk media cetak seperti surat kabar. Berita yang didapat dari internet bersifat langsung dan cepat, membuat khalayak lebih memilih media ini daripada surat kabar dalam hal mengakses berita.³ Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *Pew Project For Excellence in journalism* tahun 2010, 34% responden membaca berita secara *online* dalam 1 x 24 jam, sedangkan 31% membaca surat kabar dan secara keseluruhan waktu, 41% membaca melalui media *online* dan 10% membaca melalui surat kabar. Generasi usia 18-26 tahun, 61% menyatakan sumber utama berita mereka adalah media *online* atau internet.⁴

Survei tersebut mengungkapkan bahwa faktor usia juga merupakan salah satu pemicu berita di internet lebih banyak diminati daripada surat kabar. Generasi muda lebih menyukai media *online* yang terlihat lebih modern dibanding media cetak yang dipilih oleh generasi tua.

Media *online* sebagai salah satu sumber berita terbesar bagi masyarakat selain untuk memenuhi rasa ingin tahunya karena kecepatan penyajian berita yang melampaui media massa lainnya. Media *online* juga dijadikan jembatan informasi antara satu tempat dengan tempat lain. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat sangat tergantung pada media *online*. Sehingga apapun yang dimuat akan dengan mudah dipercayai oleh pembaca atau *netizen*. Padahal salah satu kelemahan media *online* adalah keakuratan yang sering terabaikan. Karena lebih mengutamakan

³ [Marischa, "Pengaruh Media Online terhadap Perkembangan Media Konvensional"](http://marizchachubby.blogspot.co.id/2010/07/pengaruh-media-online-terhadap.html), *Blog Marischa* <http://marizchachubby.blogspot.co.id/2010/07/pengaruh-media-online-terhadap.html>. (09 Mei 2017).

⁴ Siswanto, "Efek Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi Pada Media Cetak Diera Kovergensi", *Jurnal Pengembangan riset dan sistem informasi komputer*, vol. 94 no 1 (12 Maret 2017), h. 23

kecepatan, berita yang dimuat di media *online* biasanya tidak seakurat media cetak. Kekurangan atau kelemahan lain yang dimiliki media *online* adalah media ini bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”.⁵ Artinya semua orang dapat menjadi produsen, distributor, sekaligus konsumen pesan. Akibatnya tak jarang informasi yang tersebar memunculkan keresahan di masyarakat itu sendiri, karena mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat memposting atau menyebarluaskan segala macam informasi yang mereka inginkan walaupun informasi itu belum terbukti kebenarannya. Hal inilah juga mengakibatkan banyaknya berita bohong yang beredar di media *online*. Masyarakat yang tidak memiliki kesempatan untuk melakukan cek dan ricek atas apa yang disajikan media *online* karena kesibukan masing-masing, mengakibatkan Informasi itu dianggap sebagai informasi berharga yang harus disebarluaskan karena dianggap akan bermanfaat buat orang lain. Hal ini menyebabkan penyebaran berita menjadi tidak terkendali bahkan menurut

Meningkatnya berita bohong atau lebih dikenal dengan *hoax* ternyata tak hanya terjadi di Indonesia, Amerika pun mengalaminya. Berdasarkan beberapa penelitian di sana, berita yang jelas sekali bohong, akan mulai dipercaya jika sering dibagikan. Hal ini akan mempengaruhi opini seseorang meski tahu berita tersebut tidak benar. Hasil penelitian mengungkap bahwa rumor lahir dari kecurigaan, kemudian biasa didengar dari orang lain, lalu mengubah pemikiran dan opini publik. Ilusi tentang kebenaran dibuktikan secara empiris pada tahun 1977. Peneliti di Amerika membuat kuis untuk mahasiswa tentang benar atau salahnya sebuah pernyataan. Hanya dengan mengulang sebuah pernyataan, cukup untuk meningkatkan

⁵Asep syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h. 34

kepercayaan mahasiswa akan kebenarannya. Liza Fazio dan timnya dari Vanderbilt University di Tennessee mengungkap, mahasiswa bisa lebih mempercayai pernyataan jika itu diulang-ulang. Meskipun mereka tahu pernyataan tersebut salah.⁶ Bahkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) pada tahun 2015 mengatakan, orang-orang yang mempunyai tingkat intelektualitas yang tinggi lah yang sering menjadi korban *hoax*.⁷ Hal ini membuktikan bahwa kaum intelektual pun bisa tertipu oleh *hoax*.

Sarana yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan berita bohong atau *hoax* di media *online* adalah media sosial termasuk Facebook, Line, Twitter, Whatsapp dan lain-lain. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika (Mastel) pada 13 Februari 2017 menyatakan bahwa, 92.40% saluran penyebaran *hoax* adalah media sosial.⁸ Media sosial memang merupakan lahan yang menguntungkan buat para penyebar *hoax*, dikarenakan media inilah yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di zaman ini.

Berdasarkan survey Brandwatch pada tahun 2016 mengungkapkan bahwa dari 7,3 milyar penduduk dunia, 3,14 milyar menggunakan internet dan 2,3 merupakan pengguna aktif media sosial dengan rata-rata memiliki 5 akun media sosial, dan setiap hari ada 1 juta pengguna media sosial *mobile*, yang setara dengan 12 orang

⁶ Tri artining putri, "Berita bohong pengaruhi opini pembaca" *Tempo.co*, 8 Desember 2016 <https://m.tempo.co/read/news/2016/12/08/095826385/hasil-penelitian-berita-bohong-pengaruhi-opini-pembaca>. (19 mei 2017).

⁷ Tri artining putri, "Berita bohong pengaruhi opini pembaca" *Tempo.co*, 8 Desember 2016 <https://m.tempo.co/read/news/2016/12/08/095826385/hasil-penelitian-berita-bohong-pengaruhi-opini-pembaca>. (19 mei 2017).

⁸ Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL). "Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional" *situs resmi bkkbn*. https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf. (19 Mei 2017).

perdetik menggunakan media sosial.⁹ sedangkan hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan, di Indonesia sendiri terhitung 132,7 juta pengguna internet dan 129,2 juta di antaranya menggunakan internet untuk membuka media sosial.¹⁰ Fenomena ini membuat kita yakin bahwa penggunaan media sosial kini telah menjadi kebutuhan primer yang awalnya hanya merupakan kebutuhan dan sangat sulit untuk ditinggalkan. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh sejumlah oknum yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan berita hoax atau berita bohong.

Berita hoax sendiri lebih condong membawa dampak negatif daripada dampak positif. Bramy Biantoro menyebutkan ada empat bahaya yang ditimbulkan dari berita hoax, yakni hoax membuang waktu dan uang, hoax jadi pengalih isu, hoax sebagai sarana penipuan publik, serta hoax sebagai pemicu kepanikan publik.¹¹ Dilansir dari berbagai sumber, ada beberapa isu hoax yang sempat beredar di media sosial seperti minuman White Coffee mengandung babi, Sikat Gigi Oral B mengandung bulu babi, Isu uang baru Indonesia yang dikabarkan mencantumkan logo palu arit namun itu ternyata tanda roctoverso, Garuda Airlines yang membagikan tiket gratis dan isu yang mengatakan bahwa kebijakan pemerintah untuk melakukan registrasi kartu prabayar dinilai bakal merugikan penggunanya sendiri dan data-data tersebut akan disalahgunakan untuk kepentingan pilpres 2019 dan juga untuk kejahatan perbankan

⁹ Prasetyo, Hery. "Darurat Hoax Bukan Sekedar Hoax", *Intisarionline* <http://intisarionline.com/index.php/Tekhnology/Darurat-Hoax-Bukan-Sekedar-Hoax> (28 Januari 2017)

¹⁰ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). "Saatnya jadi pokok perhatian pemerintah dan industri", situs resmi APJII. <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI05November2016.pdf> (16 oktober 2017)

¹¹ Biantoro, Bramy.2016. *4 Bahaya Mengintai dari Kabar Hoax di Dunia Maya*. di <https://www.merdeka.com/teknologi/4-bahaya-mengintai-dari-kabar-hoax-di-duniamaya.Html> (16 Oktober 2016)

seperti pembobolan ATM dan lain-lain serta *hoax* yang belakangan ramai menjadi perbincangan yakni *hoax* yang berisi penawaran kupon berhadiah yang mengatasnamakan salah satu restoran cepat saji, yaitu McDonald's. Dari sederet contoh di atas menunjukkan kebebasan penyajian informasi bukan lagi dari kalangan jurnalis melainkan juga di tangan para *netizen* atau para pengguna internet.

Jenis berita *hoax* yang paling sering diterima oleh para pengguna media sosial berdasarkan survei yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika (Mastel) adalah berita mengenai sosial politik, kemudian di urutan kedua adalah berita tentang Isu sara, lalu berita tentang kesehatan, berita yang berkaitan dengan makanan dan minuman dan juga tentang penipuan serta berita mengenai bencana alam.¹²

Melihat isu berita *hoax* yang marak beredar di masyarakat, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam terkait respon mahasiswa tentang pemberitaan *hoax*. Dalam penelitian ini, Mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar dijadikan subjek penelitian, karena penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa menjadi sebuah fenomena yang menarik. Fenomena yang terlihat yaitu, kapan pun dan dimana pun berada, mahasiswa tidak pernah terlepas dari media sosialnya, baik dalam kegiatan sehari-hari di kampus, maupun di luar kampus. Dalam kegiatan sehari-hari di kampus sering ditemui mahasiswa yang sibuk dengan *smartphone* dan interaksi di media sosialnya saat sedang mengikuti kegiatan perkuliahan dengan dosen di kelas. Fenomena lain yang terlihat, yaitu saat jam kosong dan sedang berkumpul di kantin kampus, terlihat pemandangan sekelompok mahasiswa yang sedang duduk dalam satu meja, namun tak saling berinteraksi secara

¹² Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL). "Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional" *situs resmi bkkbn*. https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf. (19 Mei 2017).

langsung, melainkan sibuk dengan *smarthphone* dan media sosialnya masing-masing. Fenomena ini dapat dibuktikan dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) berdasarkan pekerjaan, didapatkan sebanyak 89,7% pengguna internet adalah Mahasiswa.¹³ Hal-hal demikian menunjukkan bahwa menggunakan media sosial telah menjadi kebiasaan yang sulit untuk ditinggalkan bagi mahasiswa, dan semakin sering mereka mengakses media sosial maka semakin sering pula mereka akan bersinggungan dengan *hoax*.

Adanya pemberitaan *hoax* di media sosial tentu akan berpengaruh besar. Jangan sampai mereka menulis apalagi menyebarkan kembali informasi yang salah kepada audience lainnya karna dampaknya bisa fatal. Mereka harus lihai dalam berbicara, menulis, mendengarkan, memotret, meriset fakta pesan, serta memberikan solusi pada sebuah krisis atau konflik. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam juga telah mempelajari segala unsur komunikasi mulai dari komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek termasuk kemampuan dalam literasi media. Sudah sepatutnya mereka dapat memberikan contoh kepada masyarakat tentang sehat bermedia termasuk dari segi menyikapi berita *hoax*. Namun, tidak mungkin ternyata sebagian dari mahasiswa masih ada yang belum bisa mem *filter* pesan yang telah diterima dan membedakan antara *hoax* dan bukan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian, dengan mengangkat judul “Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar Terhadap *Hoax* Di Media Sosial”.

¹³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). “Saatnya jadi pokok perhatian pemerintah dan industri”, situs resmi APJII. [https:// apjii.or.id/ download/file/ BULETINAPJIIEDISI 05November2016. pdf](https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI05November2016.pdf) (16 oktober 2017)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pokoknya adalah Bagaimana Respon mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di Media Sosial. Dari rumusan masalah pokok diatas, maka sub masalahnya, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di Media Sosial?
2. Bagaimana sikap Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di Media sosial?
3. Bagaimana tindakan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di Media sosial?

C. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang keliru dan bahasan yang meluas tentang judul yang diajukan, definisi operasional judul yang sekaligus menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Respon

Respon adalah tanggapan ataupun reaksi, respon juga dapat diartikan ketika seseorang memberikan reaksinya melalui pemikiran, sikap serta perilaku. Respon yang dimaksud di penelitian ini adalah reaksi mahasiswa baik respon Kognitif (pengetahuan), Afektif (sikap/emosi) ataupun Psikomotor (tindakan/perilaku) mahasiswa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar ketika menerima *hoax* di media Sosial.

a. Kognitif/Pengetahuan

Kognitif adalah suatu proses berfikir tentang seseorang atau sesuatu, Dalam Taksonomi Bloom yang direvisi oleh David R. Krathwohl di jurnal *Theory into Practice*, aspek kognitif dibedakan atas enam jenjang yang diurutkan sebagai berikut :¹⁴

- 1) Mengingat: kemampuan seseorang untuk mengingat-ingat kembali (*recall*) atau mengenali kembali tentang nama, istilah, ide, rumus-rumus, dan sebagainya, tanpa mengharapakan kemampuan untuk menggunakannya. Pengetahuan atau ingatan adalah merupakan proses berfikir yang paling rendah.
- 2) Pemahaman: kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi.
- 3) Penerapan: kesanggupan seseorang untuk menerapkan atau menggunakan ide-ide umum, tata cara ataupun metode-metode, prinsip-prinsip, rumus-rumus, teori-teori dan sebagainya, dalam situasi yang baru dan kongkret.
- 4) Analisis: kemampuan seseorang untuk merinci atau menguraikan suatu bahan atau keadaan menurut bagian-bagian yang lebih kecil dan mampu memahami hubungan di antara bagian-bagian atau faktor-faktor yang satu dengan faktor-faktor lainnya.
- 5) Mengevaluasi: mengevaluasi adalah membuat suatu pertimbangan berdasarkan kriteria dan standar yang ada.

¹⁴ Muhammad Harjun, “*Taksonomi Bloom dalam Al-Quran*” (Makassar, alauddin university press, 2014), h. 42

- 6) Membuat/*create*: menggabungkan berbagai informasi menjadi satu kesimpulan/konsep atau meramu/merangkai berbagai gagasan menjadi suatu hal yang baru.

b. Respon afektif/Sikap

Ranah afektif mencakup segala yang terkait dengan emosi, misalnya perasaan, nilai, penghargaan dan lain-lain. Beberapa hal yang berkaitan dengan ranah afektif antara lain:

- 1) Menerima: kepekaan seseorang dalam menerima rangsangan dari luar yang datang kepada dirinya dalam bentuk masalah, situasi, gejala dan lain-lain.
- 2) Menanggapi: kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengikut sertakan dirinya secara aktif dalam fenomena tertentu.
- 3) Menilai: memberikan nilai atau suatu penghargaan terhadap suatu kegiatan atau objek.
- 4) Mengelola: pengembangan dari nilai kedalam suatu sistem organisasi, termasuk didalamnya hubungan satu nilai dengan nilai lain, pemantapan dan prioritas nilai yang telah dimilikinya.
- 5) Menghayati: keterpaduan semua sistem nilai yang telah dimiliki oleh seseorang, yang mempengaruhi pola kepribadian dan tingkah lakunya.

c. Respon Tindakan

Respon yang berkaitan dengan tindakan, melaksanakan atau tidak melaksanakan. Rincian dalam domain ini tidak dibuat oleh Bloom, tapi oleh Dave pada tahun 1970 berdasarkan domain yang dibuat Bloom.

- 1) Menirukan: kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan contoh yang diamatinya walaupun belum dimengerti makna ataupun hakikatnya dari keterampilan itu.
- 2) Manipulasi: kemampuan dalam melakukan suatu tindakan serta memilih apa yang diperlukan dari apa yang diajarkan.
- 3) Pengalamiahan: merupakan suatu penampilan tindakan dimana hal yang diajarkan dan dijadikan sebagai contoh telah menjadi suatu kebiasaan dan gerakan-gerakan yang ditampilkan lebih meyakinkan.
- 4) Artikulasi: merupakan suatu tahap dimana seseorang dapat melakukan suatu keterampilan yang lebih kompleks terutama yang berhubungan dengan gerakan interpretatif.¹⁵

2. Hoax

Hoax berarti “bohong”; tidak sesuai dengan hal (keadaan dan sebagainya) yang sebenarnya. Makna dari kata “bohong” yaitu perkataan dan perbuatan yang tidak sesuai kenyataan. Ada beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi *hoax* secara umum, yaitu:¹⁶

- a. *Hoax* memiliki karakteristik surat berantai.
- b. *Hoax* tidak menyertakan tanggal kejadian dan menunjukkan pernyataan yang tidak jelas.
- c. Tidak diberitakan di media massa seperti tv, surat kabar dan lainnya.
- d. Sumber berita tidak jelas.

¹⁵ “Taksonomi bloom”, *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*. https://id.wikipedia.org/wiki/Taksonomi_Bloom (18 Oktober 2017).

¹⁶ Clara Novita Anggraini, “Literasi Media Baru Dan Penyebaran Informasi Hoax” (Studi Fenomenologi pada Pengguna Whatsapp dalam Penyebaran Informasi *Hoax* periode Januari-Maret 015)*Thesis*, Universitas Gadjah Mada, 2016), h 31

D. Penelitian Terdahulu

Beberapa literatur yang relevan dengan penelitian ini, khususnya dalam hal respon mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *HOAX* di *Media Sosial*. Peneliti belum pernah menemukan penelitian yang mengkaji judul tersebut. Namun berdasarkan penelusuran peneliti melalui *google.com* dan melalui studi kepustakaan, ada beberapa penelitian yang menjadikan mahasiswa sebagai subjek penelitian, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Khaerunnisa Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar pada tahun 2013 dengan judul “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap tayangan program *On The Spot* di Trans7”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar animo Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap tayangan program *On The Spot* di Trans7 serta untuk mengetahui sejauh mana respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap penayangan program *On The Spot* di Trans7. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa animo mahasiswa menonton program acara *On the spot* di Trans7 sangat tinggi dan bagus serta memperlihatkan respon yang bagus pula.¹⁷

2. Penelitian yang dilakukan oleh Maria Ulfa program studi konsentrasi jurnalistik, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah pada tahun 2009 dengan judul “Respon Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2004-2007

¹⁷ Andi Khaerunnisa, “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar terhadap tayangan program *On The Spot* di Trans7”, *skripsi* (Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, 2013), h. xxvi

Terhadap Kebebasan Pers di Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis respon mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Kebebasan Pers di Indonesia serta untuk melihat faktor pendorong munculnya respon mahasiswa atas kebebasan pers. Pada penelitian ini respon yang diamati yakni respon positif dan respon negatif. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa mahasiswa jurnalistik merespon kebebasan pers di Indonesia secara positif.¹⁸

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Atik Rosmiati, dengan judul “Respon mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif hidayatullah terhadap program religy Trans TV”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat respon mahasiswa KPI angkatan tahun 2005-2008 Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian dibatasi pada subjek penelitiannya, yaitu pada episode anakku gay dan istriku selingkuh. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa mahasiswa KPI merespon positif baik dari respon kognitif, afektif, behavioral.¹⁹

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengetahuan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di *Media Sosial*.

¹⁸ Maria Ulfa, “Respon Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2004-2007 Terhadap Kebebasan Pers di Indonesia”, *skripsi* (Jakarta : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2009), h. xxv

¹⁹ Dewi Atik Rosmiati, “Respon mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif hidayatullah terhadap program religy Trans TV ”, *skripsi* (Jakarta : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah) t.th, h. xxiv

2. Untuk mengetahui sikap Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di *Media Sosial* .

3. Untuk mengetahui tindakan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di *Media Sosial* .

E. Kegunaan Penelitian

1. Teoretis

- a. Untuk memberikan kontribusi sekaligus sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan terutama dalam ilmu komunikasi yang berkaitan dengan respon khalayak terhadap berita.
- b. Untuk menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai *hoax* .

2. Praktis

- a. Untuk memberikan informasi mengenai *hoax* kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang beredar di Media sosial
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk menambah wawasan bagi lembaga pendidikan agar bisa mengedukasi masyarakat untuk mencegah penyebaran *hoax*. Khususnya pemerintah yang berwenang agar dapat membuat aturan hukum mengenai *hoax*.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Tinjauan tentang Respon

1. Pengertian Respon

Respon adalah jawaban, khususnya satu jawaban bagi pertanyaan atau kuesioner, sebarang tingkah laku baik yang jelas kelihatan atau yang lahiriah maupun tersembunyi atau samar, merupakan suatu yang sangat umum sekali dan merupakan istilah yang paling banyak digunakan dalam psikologi, biasanya bersamaan dengan pemberi sifat.²⁰Tanggapan atau respon sebagai salah satu fungsi jiwa yang pokok, dapat diartikan sebagai gambaran ingatan dari pengamatan, dalam mana obyek yang telah diamati tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan.²¹Respon atau tanggapan adalah gambaran ingatan dari pengamatan, misalnya berupa kesan pemandangan alam yang baru kita lihat, melodi indah yang menggema dan lain-lain.²² Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa, respon terjadi setelah adanya pengamatan terhadap sesuatu.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Steven M Caffee respon dibagi menjadi tiga bagian yaitu :²³

a. Kognitif, yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini terjadi apabila adanya perubahan

²⁰ JP.C Haplin, *Kamus Lengkap psikologi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h.432.

²¹ Ahmad, Abu, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktis* (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2010) h. 64.

²² Kartono,Kartini, *Psikologi umum* (Bandung: Mandar Maju, 1996) h. 58.

²³ Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h.218.

terhadap yang dipahami atau dipersepsi oleh masyarakat. Kognitif adalah kepercayaan seseorang tentang sesuatu yang didapatkan dari proses berpikir tentang seseorang atau sesuatu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktivitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan dan berbahasa. Kapasitas atau kemampuan kognisi biasa diartikan sebagai kecerdasan atau intelegensi. Bidang ilmu yang mempelajari kognisi beragam, diantaranya adalah psikologi, filsafat, komunikasi, *neuroscience*, serta kecerdasan buatan.

Pengetahuan seseorang tentang sesuatu dipercaya mampu mempengaruhi sikap dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku/tindakan mereka terhadap sesuatu, yang artinya jika kita ingin merubah perilaku seseorang maka rubahlah terlebih dahulu pengetahuan mereka.

Gejala pengenalan (kognisi) dimulai ketika individu melakukan penginderaan dan pengamatan. Saat itulah individu menerima secara langsung stimuli atau rangsang dari luar. Individu mengenal lingkungan sekitarnya baik berupa obyek maupun sesuatu yang bersifat abstrak, yakni dengan menggunakan alat inderanya. Individu dapat menyadari keadaan sekitar dengan penginderaan dan pengamatan (*sensation and perception*). Ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi ketika individu akan dapat menyadari sesuatu. Antara lain:²⁴

- 1) Adanya obyek yang diamati. Obyek menimbulkan stimulus yang akan ditangkap oleh alat indra atau reseptor. Yang dimaksud stimulus ialah segala sesuatu yang bisa ditangkap alat indra atau reseptor.

²⁴ Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h.218.

- 2) Alat indra atau reseptor yang cukup baik yaitu alat untuk menerima stimulus.
- 3) Untuk menyadari atau untuk mengadakan pengamatan sesuatu diperlukan pula adanya perhatian, yang merupakan langkah awal sebagai sesuatu persiapan dalam mengadakan pengamatan. Tanpa perhatian tidak akan terjadi pengamatan.

Setelah terjadinya proses pengindraan dan pengamatan maka selanjutnya akan terjadi proses tanggapan. Tanggapan merupakan salah satu fungsi jiwa yang pokok. Tanggapan diartikan sebagai gambaran ingatan dari hasil pengamatan, dalam mana obyek yang telah diamati tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan. Tanggapan berada di alam bawah sadar manusia.

Setelah individu melalui proses tanggapan, selanjutnya tanggapan tersebut akan dimunculkan. Pemunculan tanggapan-tanggapan dari keadaan dibawah sadar (tidak disadari) ke dalam keadaan disadari disebut dengan reproduksi. Reproduksi dapat juga terjadi karena adanya perangsang atau pengaruh dari luar. Misalnya karena melihat makanan maka jadi teringat lapar dan ingin makan.

Setelah proses reproduksi maka proses berlanjut pada ingatan (*memory*). Ingatan atau memory merupakan kekuatan jiwa untuk menerima, menyimpan dan mereproduksi kesan-kesan. Ada tiga unsur dalam aktivitas ingatan, ialah menerima kesan-kesan, menyimpan, mereproduksi. Dengan adanya kemampuan untuk mengingat, maka berarti ada sesuatu indikasi bahwa individu mampu menyimpan dan menyimpulkan kembali dari sesuatu yang pernah dialami. Namun hal ini tidak berarti bahwa semua yang pernah dialami itu akan tetap tinggal seluruhnya dalam ingatan, dikarenakan ingatan merupakan kemampuan yang terbatas.

b. Afektif, yaitu respon yang berhubungan dengan emosi, sikap dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan yang disenangi oleh khalayak terhadap sesuatu. Perasaan dan emosi pada umumnya disifatkan sebagai keadaan (*state*) yang ada pada individu atau organisme pada suatu waktu. Menurut Caplin yang dimaksud dengan perasaan adalah keadaan individu sebagai akibat dari persepsi sebagai akibat stimulus baik eksternal maupun internal. Ada tiga sifat perasaan:²⁵

- 1) Pada umumnya perasaan berkaitan dengan persepsi, dan merupakan reaksi terhadap stimulus yang mengalaminya. Tetapi perasaan yang timbul pada masing-masing individu ternyata dapat berbeda satu dengan yang lain. Dengan demikian, sekalipun stimulusnya sama namun perasaan yang ditimbulkan oleh stimulus tersebut dapat berbeda-beda.
- 2) Perasaan bersifat subyektif, lebih subyektif apabila dibandingkandengan peristiwa-peristiwa psikis yang lain. Meskipun stimulusnya sama namun perasaan yang dialami individu yang ditimbulkan oleh stimulus tersebut dapat berbeda satu dengan yang lain.
- 3) Perasaan dialami oleh individu sebagai perasaan senang atau tidak senang sekalipun tingkatanya dapat berbeda-beda. Namun demikian perasaan senang dan tidak senang bukanlah satu-satunya dimensi dari perasaan.

c. Behavioral, yaitu respon yang berkaitan dengan perilaku *real*/nyata yang meliputi tindakan atau perbuatan. Respon berupa perilaku muncul dikarenakan adanya rangsang dari lingkungan. Jika rangsang dan respon dipasangkan atau dikondisikan maka akan membentuk tingkah laku baru terhadap rangsang yang dikondisikan.

²⁵ Caplin dalam Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h.218.

Rangsang atau stimulus adalah istilah yang digunakan oleh psikologi untuk menjelaskan suatu hal yang merangsang terjadinya suatu respon tertentu. Rangsang merupakan informasi yang dapat diindra oleh panca indra. Rangsangan merupakan suatu hal yang datang dari lingkungan yang dapat menyebabkan respon tertentu yang berkaitan dengan tingkah laku. Respon yang bersifat perilaku (behavioral) bersangkutan dengan masalah melaksanakan atau tidak melaksanakan, mengerjakan ataupun tidak mengerjakan. Pada respon yang bersifat perilaku dilatar belakangi oleh aspek konasi yang meliputi komponen: adanya motif, adanya suatu usaha, adanya saat-saat memilih, adanya suatu keputusan, adanya perbuatan berdasarkan kemauan.²⁶

2. Macam-Macam Respon

Menurut Tubbs dan Moss respon dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu respon konfirmasi dan respon diskonfirmasi:²⁷

a. Konfirmasi (Mempengaruhi hubungan interpersonal)

- 1) Pengakuan langsung (*Direct acknowledgment*): saya menyetujui pernyataan anda dan memberikan respon dengan segera.
- 2) Perasaan positif (*Positif feeling*): saya mengungkapkan perasaan yang positif.
- 3) Respon meminta keterangan (*clarifying response*): saya meminta menerangkan isi pesan anda.
- 4) Respon setuju (*agreeing response*): saya menyetujui apa yang telah anda katakan.

²⁶ Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h.218.

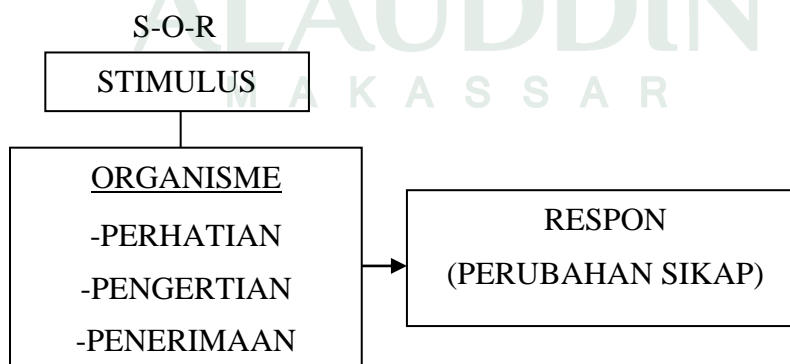
²⁷ Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, h. 125

- 5) Respon suportif (*Supportif response*): saya mengungkapkan pengertian, dukungan, atau memperteguh anda.

b. Diskonfirmasi (merusak hubungan interpersonal)

- 1) Respon sekilas (*tangential response*): saya memberikan respon pada kenyataan anda, tetapi dengan segera mengalihkan pembicaraan.
- 2) Respon Impersonal (*impersonal response*): saya memberikan komentar dengan menggunakan kata ganti orang ketiga.
- 3) Respon kosong (*impervious response*): saya tidak menghiraukan anda sama sekali tidak memberikan sambutan verbal maupun nonverbal.
- 4) Respon yang tidak relevan (*irrelevant response*): seperti respon sekilas saya berusaha mengalihkan pembicaraan tanpa menghubungkan sama sekali dengan pembicaraan anda.
- 5) Respon interupsi (*interrupting response*): saya memotong pembicaraan.
- 6) Respon rancu (*incoherent response*): saya berbicara dengan kalimat-kalimat yang kacau atau tidak lengkap.
- 7) Respon kontraditif (*incongruous response*): saya menyampaikan pesan verbal yang bertentangan dengan nonverbal.

3. Ciri-ciri Respon



Gambar 2.1

Berdasarkan stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Proses di atas menggambarkan “perubahan sikap” bergantung pada proses yang terjadi pada individu.²⁸

- a. Stimulus yang diberikan pada organisme dapat diterima atau dapat ditolak, maka pada proses selanjutnya terhenti. Hal ini, berarti bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi organisme. Jika stimulus diterima oleh organisme berarti adanya komunikasi dan adanya perhatian dari organisme. Dalam hal ini stimulus adalah efektif dan ada reaksi.
- b. Langkah berikutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari organisme, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus.
- c. Pada langkah selanjutnya adalah bahwa organisme dapat menerima secara baik yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk perubahan sikap. Dalam proses perubahan sikap ini terlihat bahwa sikap dapat berubah, hanya jika rangsangan yang diberikan benar-benar melebihi rangsangan semula.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Respon

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi respon seseorang terhadap sesuatu, antara lain :²⁹

a. Faktor Eksternal

Eksternal adalah penarik perhatian yang ditentukan oleh faktor situasional

²⁸ Effendy, Onong Uchiana, *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosda Karya. 2008) h. 254-256.

²⁹ Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h. 52-62.

atau keadaan sekitar. Stimulus berasal dari faktor situasional yang diamati, karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol antara lain: gerakan, intensitas, kebaruan dan perluasan.

b. Faktor internal

Internal adalah perhatian timbul karena disebabkan oleh faktor-faktor internal atau faktor personal dalam diri kita antara lain:

- 1) Faktor Biologis yaitu dipengaruhi oleh genetika, sistem syaraf dan sistem hormonal yang mempengaruhi perilaku manusia.
- 2) Faktor Sosiopsikologis yaitu faktor yang dipengaruhi oleh komponen Afektif sebagai aspek emosional, komponen kognitif sebagai aspek intelektual dan komponen konatif sebagai aspek berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.
- 3) Faktor Sosiogenesis seperti ingin tahu, kompetensi, cinta, harga diri dan kebutuhan mencari identitas diri, kebutuhan akan nilai, dan kebutuhan pemenuhan diri.
- 4) Faktor fungsional adalah faktor berasal dari kebutuhan pengalaman masa lampau dan hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Para psikologi sosial menerapkan konsep ini untuk menjelaskan persepsi sosial. Dalam kerangka komunikasi rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya dan sangat berguna untuk menganalisa interpretasi dari peristiwa yang dialami.

B. Tinjauan tentang Hoax

1. Pengertian *Hoax*

Hoax merupakan usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta *hoax* tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/ kejadian sejatinya. Definisi lain menyatakan *hoax* adalah suatu tipuan yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang melalui media online.³⁰

Kebanyakan pengguna media sosial atau sering disebut *netizen* banyak menggunakan kata *hoax* justru tak tahu bagaimana sejarah penggunaan kata *hoax* itu sendiri, Kata *hoax* sebenarnya muncul pertama kali di kalangan *netizen* Amerika, kata *hoax* didasarkan pada sebuah judul film yang berjudul *The Hoax*. *The Hoax* adalah sebuah film drama Amerika 2006 yang disutradarai oleh Lasse Hallstrom. Diskenario oleh William Wheeler, film ini dibuat berdasarkan buku dengan judul yang sama oleh Clifford Irving dan berfokus pada biografi Irving sendiri, serta Howard Hughes yang dianggap dianggap membantu menulis. Banyak kejadian yang diuraikan Irving dalam bukunya yang diubah atau dihilangkan dari film. Sejak itu, film *hoax* dianggap sebagai film yang banyak mengandung kebohongan, sehingga kemudian banyak kalangan terutama para *netizen* yang menggunakan istilah *hoax* untuk

³⁰ Dedi Rianti Rahadi , ” Perilaku pengguna dan Informasi *hoax* di media sosial”, *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* vol. 5 no 1 2017), h. 61.

menggambarkan suatu kebohongan, lambat laun, penggunaan kata *hoax* di kalangan *netizen* makin gencar.³¹

Namun, menurut filologis Inggris, Robert Narez istilah *hoax* atau berita bohong, merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang masuk sejak era industri. Diperkirakan pertama kali muncul pada 1808. asal kata *hoax* diyakini ada sejak ratusan tahun sebelumnya, yakni '*hocus*' dari mantra '*hocus pocus*'. Frasa yang kerap disebut oleh pesulap, serupa '*sim salabim*'. Alexander Boese dalam bukunya, *Museum of Hoaxes*, mencatat *hoax* pertama yang dipublikasikan adalah almanak atau penanggalan palsu yang dibuat oleh Isaac Bickerstaff alias Jonathan Swift pada 1709. Saat itu, ia meramalkan kematian astrolog John Partridge. Agar meyakinkan publik, ia bahkan membuat obituari palsu tentang Partridge pada hari yang diramal sebagai hari kematiannya. Swift mengarang informasi tersebut untuk mempermalukan Partridge di mata publik. Partridge pun berhenti membuat almanak astrologi hingga enam tahun setelah *hoax* beredar.³²

Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk *having fun* yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran *hoax* beragam tapi pada umumnya *hoax* disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (*black campaign*), promosi dengan penipuan, ataupun ajakan untuk berbuat amalan-amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Namun ini menyebabkan banyak penerima *hoax* terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya *hoax* ini dengan cepat

³¹ <http://www.anehdidunia.com/2012/06/asal-mula-dan-pengertian-kata-hoax.html>. (27 Mei 2017)

³² <http://news.liputan6.com/read/2820443/darimana-asal-usul-hoax>. (20 Mei 2017)

tersebar luas.³³ Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika (Mastel) pada 13 februari 2017 menyatakan bahwa bentuk *hoax* yang diterima, 62,10% tulus, 37,50% gambar, dan selebihnya video.³⁴ Menurut David Harley dalam buku *Common Hoaxes and Chain Letter*, ada beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi *hoax* secara umum, yaitu:³⁵

- a. Informasi *hoax* biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyertakan kalimat seperti "Sebarkan ini ke semua orang yang Anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi". Tidak ada situs sungguhan yang mengharuskan *user* untuk melakukan itu.
- b. Informasi *hoax* biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, misalnya "kemarin" atau "dikeluarkan oleh..." pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan.
- c. Tidak diberitakan di media massa seperti tv, surat kabar dan lainnya.
- d. Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi biasanya tidak terkait dengan informasi. Siapapun bisa mengatakan: "saya mendengarnya dari seseorang yang bekerja di microsoft" (atau perusahaan terkenal lainnya).

³³ Dedi Rianti Rahadi , " Perilaku pengguna dan Informasi *hoax* di media sosial", *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* vol. 5 no 1 2017), h. 61.

³⁴ Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL). "Hasil Survey MASTEL tentang Wabah *Hoax* Nasional" *situs resmi bkkbn*. https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf . (19 Mei 2017).

³⁵ David Harley dalam Clara Novita Anggraini, "LITERASI MEDIA BARU DAN PENYEBARAN INFORMASI *HOAX*" (Studi Fenomenologi pada Pengguna Whatsapp dalam Penyebaran Informasi *Hoax* periode Januari-Maret 015)*Thesis*, Universitas Gadjah Mada, 2016), h 31.

2. Jenis-jenis *hoax*

- a. *Fake news*: Berita bohong: Berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita.
- b. *Clickbait*: Tautan jebakan: Tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.
- c. *Confirmation bias* : Bias konfirmasi: Kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
- d. *Misinformation*: Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.
- e. *Satire*: Sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan.
- f. untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat.
- g. *Post-truth*: Pasca-kebenaran: Kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.

- h. *Propaganda*: Aktivitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-sebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.³⁶

3. Teori *spiral of silent*

Teori ini menyatakan bahwa pendapat pribadi sangat tergantung pada apa yang dipikirkan oleh orang lain, atau atas apa yang orang rasakan sebagai pendapat dari orang lain.³⁷ Dengan kata lain, karena orang takut pada keterasingan maka, semua yang orang lain pikirkan atau orang lain anggap benar maka itu akan mempengaruhi semua pendapatnya, dan cenderung menjaga sikap dan perilakunya ketika mereka merasa berada pada kalangan minoritas

Menurut Noelle Neumann teori spiral kebisuan memiliki tiga asumsi mendasar, yaitu:³⁸

- a. Individu pada umumnya berusaha untuk menghindari isolasi, ketakutan akan terisolasi.
- b. Ketakutan akan terisolasi membuat individu mencoba untuk menilai opini terus menerus.
- c. Perilaku masyarakat dipengaruhi oleh opini publik.

Dalam penelitian ini, walaupun masyarakat telah tahu bahwa *hoax* adalah berita bohong, namun jika suatu berita yang ternyata *hoax* diberikan secara terus menerus kepada masyarakat, maka lama-kelamaan *hoax* tersebut akan dianggap

³⁶ Dedi Rianti Rahadi, "Perilaku pengguna dan Informasi *hoax* di media sosial", *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*. vol. 5 no 1 2017, h. 62.

³⁷ Stanley, Dennis, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Cengage Learning, 2010), h. 351-357

³⁸ Noelle Neumann dalam Stanley, Dennis, *Teori Komunikasi Massa*, h. 351-357

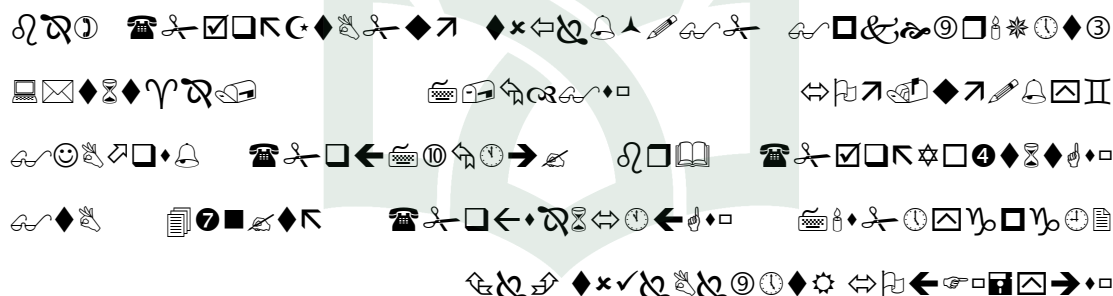
sebagai sebuah kebenaran, dan jika mayoritas masyarakat telah menganggapnya benar maka yang pendapat minoritas yang tau bahwa itu *hoax* akan terabaikan.

4. *Hoax* dalam sejarah Islam

Dalam sejarah Islam, berita bohong, fitnah, atau *hoax* pernah menimpa Rasulullah dan keluarganya. Hal tersebut terjadi ketika isteri beliau, Aisyah *Radliyallahu Anha*, dituduh selingkuh, dan beritanya menjadi ‘viral’ atau menjadi perbincangan yang hangat dikalangan masyarakat Madinah pada saat itu. Peristiwa tersebut dinamakan *hadits al-Ifki*. Berita bohong ini menimpa istri Rasulullah saw ‘Aisyah *Radliyallahu Anha*. Ummul Mu’minin, setelah perang dengan Bani Mushtaliq pada bulan Sya’ban 5 H. Peperangan ini diikuti kaum munafik, dan turut pula ‘Aisyah dengan Nabi berdasarkan undian yang diadakan antara istri-istri beliau. Dalam perjalanan mereka kembali dari peperangan, mereka berhenti pada suatu tempat. ‘Aisyah keluar dari sekedupnya untuk suatu keperluan, kemudian kembali. Tiba-tiba dia merasa kalungnya hilang, lalu dia pergi lagi mencarinya. Sementara itu, rombongan berangkat dengan persangkaan bahwa ‘Aisyah masih ada dalam sekedup. Setelah ‘Aisyah mengetahui, sekedupnya sudah berangkat dia duduk di tempatnya dan mengharapakan sekedup itu akan kembali menjemputnya. Kebetulan, lewat di tempat itu seorang sahabat Nabi, Shafwan bin Mu’aththal, diketemukannya seseorang sedang tidur sendirian dan dia terkejut seraya mengucapkan: “*Inna lillahi wa inna ilaihi raji’un*, isteri Rasul!” ‘Aisyah terbangun. Lalu dia dipersilahkan oleh Shafwan mengendarai untanya. Syafwan berjalan menuntun unta sampai mereka tiba di Madinah. Orang-orang yang melihat mereka membicarakannya menurut pendapat masing-masing. Mulailah timbul desas-desus. Kemudian kaum munafik membesarkannya, maka fitnahan atas ‘Aisyah *Radliyallahu Anha*. itu pun bertambah

nyata."⁴⁰Contoh lainnya yang pernah terjadi di zaman Khulafaur Rasyidin adalah berita bohong yang kemudian tercatat sebagai penyebab pertama guncangan besar bagi tatanan keislaman yang telah dibangun oleh Nabi Muhammad saw. Itu terjadi saat terbunuhnya khalifah Usman bin Affan, kemudian disebut sebagai al-fitnah al-kubra (fitnah besar). Saat itu umat islam saling menebar berita bohong tentang terbunuhnya khalifah Usman sehingga terjadi perpecahan pertama dalam sejarah Islam setelah wafatnya Nabi Muhammad saw, yang pada puncaknya terjadi peperangan antara Ali dan Muawiyah serta lahirnya sekte-sekte dalam Islam. Karena itu, tak aneh jika sayyidina Ali buru-buru menasehati umat Islam agar jangan terjebak dalam kekacauan tersebut lantaran terprovokasi oleh berita bohong.⁴¹

Hal ini membuktikan bahwa *hoax* bukanlah hal yang baru terjadi di masa ini, di masa rasul pun *hoax* telah menjadi salah satu penyebab pemecah belah persatuan umat. Sehingga Allah swt telah mewanti-wanti umat Islam agar tidak ceroboh ataupun gegabah dalam membenarkan sebuah berita yang disampaikan oleh orang fasik, apalagi berita tersebut belum terbukti kebenarannya. dengan menurunkan firman-Nya dalam Al-Quran Surat Al-Hujurat /49 : 6



Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.⁴²

⁴⁰ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: PT. Sygma Exa media Arkanleema, 2010), h. 353.

⁴¹ Murojab Nugraha, "Hoax dalam pandangan islam", *Blog Murojab Nugraha*, <http://www.murojabnugraha.com/2017/05/hoax-dalam-pandangan-islam.html> (25 oktober 2017)

⁴² Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: PT. Sygma Exa media Arkanleema, 2010), h. 518.

Syeikh Thahir ibn Asyur, ahli tafsir asal Tunisia, dalam kitabnya berjudul tafsir *at-Tahrir wa at-Tanwir* menafsirkan ayat di atas sebagai sebuah penjelasan bahwa kita harus berhati-hati dalam menerima berita seseorang yang tidak diketahui asal-usulnya. Hal ini baik dalam ranah persaksian maupun dalam periwayatan. Dalam konteks ini, kita dituntut agar berhati-hati dalam menerima pemberitaan dari media apapun, terlebih media yang isinya sarat dengan muatan kebencian kepada pihak lain, dan kita diwajibkan untuk memeriksa terlebih dahulu kebenaran berita tersebut. Majelis Ulama Indonesia, juga sudah mengharamkan berita *hoax*, walau tujuannya baik. Menyebarkan informasi yang benar tetapi tidak sesuai tempat atau waktunya juga dilarang oleh para ulama. Memproduksi atau menyebarkan informasi yang bertujuan untuk membenarkan yang salah atau menyalahkan yang benar, demi menyembunyikan kebenaran serta menipu khalayak, haram hukumnya.⁴³

Hal yang paling bijak yang bisa kita lakukan saat menerima berita *hoax* adalah tidak menyebar luaskannya lagi, hal ini bisa kita lakukan agar tidak berdampak pada diri kita sendiri maupun orang lain.



⁴³ “Hukum *hoax* dalam Islam” *beritagar.id*, 9 juni 2017. <https://beritagar.id/artikel/ramadan/-hoax-dalam-islam> (25 oktober 2017)



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran pada masa sekarang. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang sedang berlangsung.⁴⁴ Dalam penelitian deskriptif, peneliti bisa saja membandingkan fenomena-fenomena tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Pemilihan metode kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini berangkat dari rumusan masalah, di mana peneliti ingin mengetahui respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap berita *hoax* di *Media Sosial*. Sedangkan untuk lokasi penelitian bertempat di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Alauddin Makassar. berlokasi di Jl.H Yasin Limpo No.36, Sungguminasa-Gowa.

⁴⁴ Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h 24.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁵ Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar program S1 yang masih aktif kuliah, mulai dari angkatan 2014 sampai 2017, dengan jumlah mahasiswa keseluruhan 448 mahasiswa.

2. Sampel

Penentuan sample ditentukan menggunakan *Stratified Random Sampling*, yaitu cara pengambilan dengan memperhatikan strata didalam populasi.⁴⁶ Untuk menentukan besar ukuran sample, ditentukan menggunakan rumus Yamane,⁴⁷

$$n = N / Nd^2 + 1$$

Keterangan :

N = Jumlah Populasi

Nd²= Sampling Error

n = Jumlah Sampel

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan dinyatakan dengan presentase. Dalam penelitian ini menggunakan rumus Yamane dengan toleransi batas kesalahan 10%. Atau 0,1 penentuan sampel dengan persamaan sebagai berikut :

⁴⁵ Kamaluddin Tajibu, Metode penelitian Komunikasi, (Cet I ; Makassar: Alauddin University press, 2013), h. 133

⁴⁶ Kamaluddin Tajibu, Metode penelitian Komunikasi, h. 137

⁴⁷ Kamaluddin Tajibu, Metode penelitian Komunikasi, h. 144

$$n = 448 / (448 \cdot 0,1^2 + 1)$$

$$n = 448 / 5,48$$

$$n = 81,75 = 82$$

Pada penentuan sampel di atas, maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 82 dari jumlah populasi sebanyak 448. Untuk menentukan besaran sampel pada tiap-tiap angkatan, dilakukan dengan Alokasi proporsional yang merupakan metode untuk mengalokasikan sampel dimana ukuran sampel untuk setiap stratum sesuai dengan proporsi ukuran masing-masing stratum. Dengan rumus: $X = N_i / N \times n$

Keterangan :

x : Besarnya ukuran sampel setiap angkatan

N_i : Total sub populasi 1

N : Total sub populasi keseluruhan

n : Besarnya ukuran sampel

Dengan menggunakan rumus diatas, maka besar ukuran sampel dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Tabel Ukuran Sampel

Angkatan	Jumlah Populasi per angkatan	Jumlah sampel
2014	114	$114 / 448 \times 82 = 20,86 = 21$
2015	130	$130 / 448 \times 82 = 24$
2016	133	$133 / 448 \times 82 = 24$
2017	71	$71 / 448 \times 82 = 13$
Total	448	82

Sumber : *Data Primer, 2018*

C. *Metode Pengumpulan Data*

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan cara sebagai berikut:

1. Metode Angket

Metode ini juga biasa disebut sebagai metode kuesioner, adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.⁴⁸ Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam mengisi daftar pertanyaan tertulis untuk dijawab sesuai pengetahuan atau pengalaman mengenai *hoax* di Media Sosial.

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah-masalah dalam penelitian ini.⁴⁹ Masalah yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan *hoax* di media sosial Media Sosial.

3. Wawancara

Wawancara merupakan perolehan informasi melalui tanya jawab langsung kepada informan yang dianggap mampu memberikan informasi untuk menguatkan penelitian yang dilakukan.⁵⁰ penelitian yang dilakukan. Bentuk wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian.⁵¹ Instrumen yang dimaksud berupa

⁴⁸ Kamaluddin Tajibu, *Metode penelitian Komunikasi*, (Cet I ; Makassar: Alauddin University press, 2013),h. 156

⁴⁹ Arikunto, Suharsimi. *Presedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2010),h. 274

⁵⁰ Sugiono, *Model Metode Penelitian kuantitatif kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2009),h. 42

⁵¹ Kamaluddin Tajibu, *Metode penelitian Komunikasi*, (Cet I ; Makassar: Alauddin University press, 2013), h. 158

pertanyaan-pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap *hoax*, dimana alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

D. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik.⁵² Adapun instrumen penelitian yang digunakan adalah angket atau kuesioner serta aplikasi pengolah data SPSS versi 18 *for windows*.

1. Isi Angket

Tabel 3.2
Tabel Isi Angket

Variabel	Isi Pertanyaan	No. Urut Pertanyaan
Pengetahuan (X ₁)	Apakah anda mengingat perbedaan hoax dengan berita yang sesungguhnya?	1
	Apakah anda memahami perbedaan hoax dan berita yang sesungguhnya?	2
	Apakah anda menerapkan pengetahuan anda saat membaca hoax di media sosial?	3
	Apakah anda menganalisis perbedaan hoax dan berita yang sesungguhnya?	4
	Apakah anda mampu mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita <i>hoax</i> ?	5
	Apakah anda mampu mengkreasikan berita <i>hoax</i> ?	6
Sikap (X ₂)	Apakah anda menyetujui informasi dari hoax yang anda baca di media sosial?	7
	Apakah anda selalu menanggapi hoax yang anda baca di media sosial?	8
	Apakah anda mampu menilai kebenaran berita yang anda baca di media sosial?	9
	Apakah anda mengelola berita yang anda baca di media sosial?	10
	Apakah anda menghayati/menikmati	11

⁵² Wiratna sujarweni, *metodologi penelitian* (cet I; Yogyakarta : pustaka baru press, 2014) h.76

	membaca hoax di media sosial?	
Tindakan (X ₃)	Apakah anda berkeinginan meniru hoax yang anda baca di media sosial?	12
	Apakah anda berkeinginan memanipulasi hoax yang anda baca di media sosial?	13
	Apakah anda mengaktualisasikan informasi dari hoax yang anda baca di media sosial?	14
	Apakah anda mengekspresikan/ menerapkan informasi dari hoax yang anda baca di media sosial?	15

Sumber : *Data Primer, 2018*

2. Bobo Angket

Untuk memudahkan responden menjawab pertanyaan kuesioner, maka penulis menyediakan 4 alternatif jawaban.

Contoh : a. Sangat setuju – diberi skor 3

b. Setuju – diberi skor 2

c. Tidak setuju – diberi skor 1

d. Sangat tidak setuju – diberi skor 0

Untuk menyesuaikan isi pertanyaan dan alternatif jawaban, maka alternatif jawaban akan berubah pada tiap pertanyaan. Selanjutnya, untuk kepentingan penelitian, peneliti menggunakan data rasio dengan 2 kategori, yaitu:

- a) Kategori tinggi yang mewakili sangat setuju dan setuju.
- b) kategori rendah yang mewakili tidak setuju dan sangat tidak setuju.

E. Uji Validasi

1. Validitas Isi

Validitas isi merupakan suatu alat pengukur untuk menentukan sejauh mana isi alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang ada pada indikator penelitian.⁵³

2. Validitas Sumber

Pengujian validitas sumber menggunakan penilaian dari ahli atau dewan pakar.⁵⁴ Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila penilai dalam hal ini adalah dosen pembimbing menyatakan kesepakatan terhadap instrumen penelitian.

F. Teknik pengolahan

Data yang diperoleh melalui angket kemudian di proses melalui tahap-tahap: Teknik analisis data yang akan peneliti gunakan ada tiga yaitu:

1. Koding yaitu memberikan kode untuk mengklasifikasikan jawaban para responden.
2. Tabulasi, yaitu dengan menjumlahkan jawaban-jawaban yang selanjutnya dinyatakan dalam bentuk tabel, sehingga dapat diketahui kecenderungan tiap-tiap alternatif jawaban.



⁵³ Siswanti, dkk, *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Kedokteran*, (cet IV ; Yogyakarta : Bursa Ilmu, 2015) h. 288

⁵⁴ Siswanti, dkk, *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Kedokteran*), h. 310

G. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan jenis atau tipe Statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi, Yang menggambarkan adalah respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *hoax* di Media Sosial. Dengan menggunakan Rumus persentase, dengan formula sebagai berikut:

$$P = (F/N) \times 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase

F : Frekwensi dari setiap jawaban yang telah menjadi pilihan responden

N : Jumlah responden



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Singkat Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah merupakan fakultas ke-5 di IAIN Alauddin yang terbentuk tidak lama setelah Fakultas Adab terbentuk. Pada awalnya Fakultas Dakwah berlokasi di Bulukumba. Ide pendiriannya muncul dari pemerintah daerah dan tokoh masyarakat Bulukumba pada tahun 1968. Atas inisiatif dan prakarsa pemerintah dan masyarakat, terbentuklah Fakultas Dakwah berdasarkan keputusan Menteri Agama RI No.253 Tahun 1971 pada tanggal 31 september 1970, yang selanjutnya dengan keputusan Presiden RI No.9 Tahun 1987, Fakultas Dakwah dialihkan ke Makassar.

Seiring dengan perkembangannya, Fakultas Dakwah berubah nama menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan yang ada pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi yaitu : Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI), Manajemen Dakwah (MD), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), Jurnalistik, Ilmu Komunikasi (Ikom) dan Manajemen Haji dan Umroh.

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) merupakan salah satu dari 7 jurusan yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mulai diselenggarakan berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Lembaga No. E/50/1999, tanggal 25 Maret 1999 sampai sekarang. Pada tanggal 19 juni 2009 jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mendapatkan Akreditasi dengan nilai baik (B) dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) yang tertuang dalam surat keputusan No. 015/Ak-XII/S1/VI/2009.

Pimpinan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam terdiri dari Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan dibantu oleh 1 orang staf. Struktur Organisasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yaitu:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Jurusan KPI



Jumlah dosen tetap 9 orang, dosen tetap hingga tahun ini 2 orang lulusan S2, sedangkan lulusan S3 berjumlah 6 orang dan 1 orang profesor. Untuk dosen non PNS berjumlah 1 orang. Dosen luar biasa yang diambil dari PTN dan instansi lain minimal berpendidikan S2.

Berikut ini daftar nama-nama dosen tetap dan dosen non PNS Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, sebagai berikut:

- a. Prof. Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag (Ilmu Dakwah)
- b. Dr. H. Usman Jasad, M.Pd (Sosiologi)
- c. Dr. Muhammad Shuhufi, M.Ag (Ilmu Fikih)
- d. Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I (Bahasa Inggris dan Kajian Gender)
- e. Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si (Metodologi Penelitian)
- f. Dr. Arifuddin Tike, M.Sos.I (Ilmu Komunikasi)
- g. Drs. Alamsyah, M.Hum (Ilmu Hadis)
- h. Drs. Syam'un, M.Pd, MM (Kewirausahaan)

i. Ibnu Hajar, S.Sos, MA (Ilmu Komunikasi)

2. Visi dan Misi

a. Visi

Visi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah menjadikan pusat kajian ilmu komunikasi untuk membentuk dai dan *broadcaster* profesional serta terampil menggunakan media massa.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran dakwah dan komunikasi.
- 2) Melaksanakan penelitian dan pengkajian dakwah dan komunikasi.
- 3) Mengaplikasikan teori dakwah dan komunikasi dalam kehidupan masyarakat.

3. Tujuan

- a. Menghasilkan alumni yang terampil berdakwah/tabligh dan berkomunikasi
- b. Menghasilkan alumni yang terampil mengemas tayangan-tayangan digital visual maupun verbal serta mampu mengoperasional multimedia.
- c. Menghasilkan alumni yang terampil menulis berita.

B. Data Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Dari 82 angket yang telah terkumpul, dapat diketahui jumlah persentase berdasarkan jenis kelamin. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

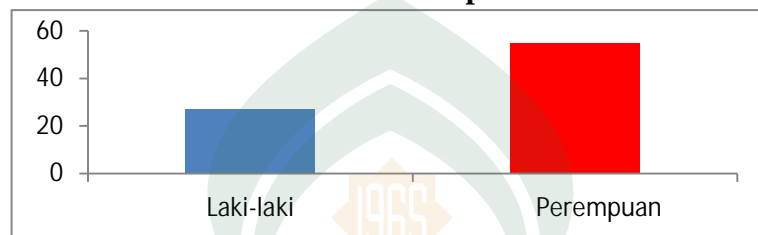
NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentasi (%)
1	Laki-laki	27	32,9%
2	Perempuan	55	67,1%
Total		82	100%

Sumber: *Data Primer 2018*

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat diketahui frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 27 orang (32%) dan perempuan sebanyak 55 orang (67,1%). Dari data tersebut, menjelaskan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dari pada jumlah responden laki-laki. Adapun data tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.2

Jenis Kelamin Responden



Sumber : *Data Primer, 2018*

b. Angkatan Responden

Identitas diperlukan dalam penelitian ini, sebagai bahan acuan dan mendukung validitas dan analisis data. Pada penelitian ini responden adalah mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar, yang berlokasi di Jl.H Yasin Limpo No.36, Sungguminasa-Gowa. Adapun yang dijadikan sampel adalah sebanyak 82 orang dari 448 Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 sampai 2017.

Penelitian ini menggunakan *stratified random sampling*, maka dari itu angkatan responden harus bertingkat. Perbedaan angkatan dari responden membuat data ini sangat diperlukan untuk mengklasifikasikan tingkat angkatan dari responden.

Untuk mengetahui responden merupakan angkatan tahun berapa, dapat dilihat pada tabel berikut :

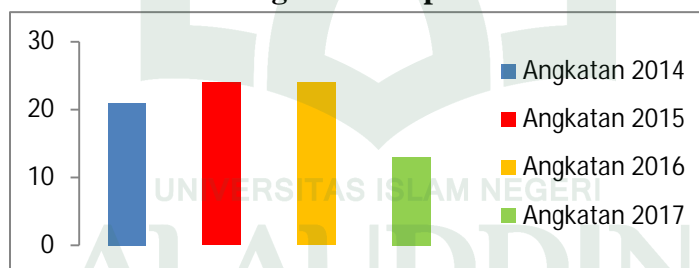
Tabel 4.2
Angkatan Responden

NO	Angkatan	Jumlah	Persentasi (%)
1	Angkatan 2014	21	25,6%
2	Angkatan 2015	24	29,3%
3	Angkatan 2016	24	29,3%
4	Angkatan 2017	13	15,9%
Total		82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden dari angkatan 2014 sebanyak 21 orang (25,6%), angkatan 2015 dan 2016 masing-masing sebanyak 24 orang (29,3%) sedangkan angkatan 2017 sebanyak 13 orang (15,9%). Adapun data tersebut dapat dilihat dari gambar dibawah ini:

Gambar 4.3
Angkatan Responden



Sumber : *Data Primer, 2018*

C. Gambaran Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap Hoax di Media Sosial berdasarkan Jenis Kelamin.

1. Pengetahuan mahasiswa berdasarkan kelompok responden laki-laki terhadap *Hoax* di Media Sosial

Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Mengingat, memahami, menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkreasikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengingat perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden yang terdiri dari 27 responden laki-laki dan 55 responden perempuan. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,22 pada standar deviasi 0,506. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.3
Kemampuan Mengingat Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
(Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	74,1%
Tinggi	7	25,9%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (74,1%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 7 orang (25,9%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan mengingat responden laki-laki berada pada kriteria rendah.

b. Kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden yang terdiri dari 27 responden laki-laki dan 55 responden perempuan. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 2 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,26 pada standar deviasi 0,447. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah
 > 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.4
Kemampuan Memahami Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
(Laki-Laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	74,1%
Tinggi	7	25,9%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (74,1%) tingkat kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya berada pada kriteria rendah, sedangkan 7 orang (25,9%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan responden laki-laki dalam memahami perbedaan berita *hoax* berada pada kriteria rendah.

c. Kemampuan dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,96 pada standar deviasi 0,587. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.5
Kemampuan Dalam Menerapkan Pengetahuan Saat Membaca *Hoax* Di Media Sosial (Laki-Laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	85,2%
Tinggi	4	14,8%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (85,2%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 4 orang (14,8%) berada pada kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok responden laki-laki tidak menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,96 pada standar deviasi 0,649. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.6
Kemampuan Dalam Menganalisis Perbedaan *Hoax* Dan Berita Yang
Sesungguhnya (Laki-Laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	22	81,5%
Tinggi	5	18,5%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 22 orang (81,5%) dikategorikan rendah, sedangkan 5 orang (18,5%) dikategorikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok responden laki-laki tidak mampu menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

e. Kemampuan dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,96 pada standar deviasi 0,649. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.7
Kemampuan Dalam Mengevaluasi/Memeriksa Kebenaran Berita
(Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	25	92,6%
Tinggi	2	7,4%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 25 orang (92,6%) tingkat mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita dinyatakan rendah, sedangkan 2 orang (7,4%) dinyatakan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok responden laki-laki tidak mampu mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

f. Kemampuan dalam mengkreasikan berita *hoax*.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengkreasikan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,61 pada standar deviasi 0,587. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.8
Kemampuan Dalam Mengkreasikan Berita *Hoax*
(Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	25	92,6%
Tinggi	2	7,4%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 25 orang (92,6%) mahasiswa masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang (7,4%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya responden laki-laki tidak mampu mengkreasikan berita *hoax*.

Hasil analisis keseluruhan menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden laki-laki diperoleh nilai minimal 8 dan maksimal 18 serta nilai rata (mean) 12,07 pada standar deviasi 2,336. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

8 - 12 = Rendah

>12 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Pengetahuan
Responden Laki-Laki

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	18	66,7%
Tinggi	9	33,3%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang (66,7 masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 9 orang (33,3) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden laki-laki memiliki hanya memiliki sedikit pengetahuan mengenai *hoax*.

2. Pengetahuan Mahasiswa berdasarkan kelompok responden perempuan tentang *Hoax* di Media Sosial.

Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden yang terdiri dari 27 responden laki-laki dan 55 responden perempuan. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Mengingat, memahami, menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkreasikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengingat perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,00 pada standar deviasi 0,509. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.10
Kemampuan Mengingat Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
(Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	48	87,3%
Tinggi	7	12,7%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 49 orang (87,3%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 7 orang (12,7%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan mengingat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan berada pada kriteria rendah.

b. Kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,13 pada standar deviasi 0,474. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah
 > 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.11
Kemampuan Memahami Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya (Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	45	81,8%
Tinggi	10	18,2%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 10 orang (18,2%) tingkat kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya berada pada kriteria tinggi, sedangkan 45 orang (81,8%) masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan kelompok responden perempuan dalam memahami perbedaan berita *hoax* berada pada kriteria rendah.

- c. Kemampuan dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,89 pada standar deviasi 0,497. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

- ≤ 2 = Rendah
 > 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.12
Kemampuan Dalam Menerapkan Pengetahuan Saat Membaca *Hoax* Di Media Sosial (Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	52	94,5%
Tinggi	3	5,5%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 52 orang (94,7%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 3 orang (5,5%) berada pada kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok responden perempuan tidak menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,95 pada standar deviasi 0,488. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.13
Kemampuan Dalam Menganalisis Perbedaan *Hoax* Dan Berita Yang
Sesungguhnya (Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	50	90,9%
Tinggi	5	9,1%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 50 orang (90,9%) dikategorikan rendah, sedangkan 5 orang (9,1%) dikategorikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kategori responden perempuan tidak mampu menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

e. Kemampuan dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,69 pada standar deviasi 0,505. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.14
Kemampuan Dalam Mengevaluasi/Memeriksa Kebenaran Berita
(Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	54	98,2%
Tinggi	1	1,8%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 54 orang (98,2%) tingkat mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita dinyatakan rendah, sedangkan 1 orang (1,8%) dinyatakan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan tidak mampu mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

f. Kemampuan dalam mengkreasikan berita *hoax*.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengkreasikan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 1,33 pada standar deviasi 0,640. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.15
Kemampuan Dalam Mengkreasikan Berita *Hoax*
(Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	32	58,2%
Tinggi	23	41,8%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 32 orang (58,2%) mahasiswa masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 23 orang (41,8%) masuk dalam kriteria

tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan tidak mampu mengkreasikan berita *hoax*.

Hasil keseluruhan dari analisis di atas menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan diperoleh nilai minimal 6 dan maksimal 15 serta nilai rata (mean) 10,98 pada standar deviasi 1,684. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

6 - 11 = Rendah

> 11 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.16
Distribusi Frekuensi Pengetahuan
(Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	34	61,8%
Tinggi	21	38,2%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 34 orang (61,8%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 21 orang (38,2%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan memiliki pengetahuan yang rendah terkait *hoax*.

3. Sikap Mahasiswa berdasarkan kelompok responden laki-laki terhadap *Hoax* di Media Sosial.

Untuk mengetahui sikap mahasiswa, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden yang terdiri dari 27 responden laki-laki dan 55 responden perempuan. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menyetujui, menanggapi, menilai, mengelola dan menghayati. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Setuju/menerima informasi dari *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menyetujui/menerima informasi dari *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,59 pada standar deviasi 0,636. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.17

Distribusi Frekuensi Sikap Menyetujui Informasi *hoax* di Media Sosial (Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	25	92,6%
Tinggi	2	7,4%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 25 orang (92,6%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang (7,4%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada responden laki-laki tidak menyetujui informasi dari *hoax* di media sosial.

b. Menanggapi *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menanggapi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,07 pada standar deviasi 0,730. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.18
Distribusi Frekuensi Sikap Menanggapi *hoax* di Media Sosial
(Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	85,2%
Tinggi	4	14,8%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (85,2%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 4 orang (14,8%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam berdasarkan kelompok responden laki-laki tidak menanggapi *hoax* di media sosial.

c. Kemampuan menilai *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan

maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,79 pada standar deviasi 0,506. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

$$1 - 3 = \text{Rendah}$$

$$> 3 = \text{Tinggi}$$

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.19
Kemampuan Menilai *hoax* di Media sosial (Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	27	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa seluruh mahasiswa berdasarkan kelompok responden laki-laki tidak mampu menilai berita *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan Mengelola berita di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu mengelola *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,89 pada standar deviasi 0,506. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

$$1 - 2 = \text{Rendah}$$

$$> 2 = \text{Tinggi}$$

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.20
Distribusi Frekuensi Sikap Mengelola *hoax* di Media Sosial
(laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	25	92,6%
Tinggi	2	7,4%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 25 orang (92,6%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 3 orang (7,4%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam berdasarkan kelompok responden laki-laki tidak mampu mengelola berita di media sosial.

e. Menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,92 pada standar deviasi 0,730. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.21
Menghayati/Menikmati Membaca *Hoax* Di Media Sosial
Laki-laki

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	21	77,8%
Tinggi	6	22,2%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 21 orang (77,8%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 6 orang (22,2%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden laki-laki tidak menghayati/menikmati saat membaca *hoax* di media sosial.

Hasil dari keseluruhan analisis di atas menunjukkan bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden laki-laki diperoleh nilai minimal 5 dan maksimal 120 serta nilai rata-rata (mean) 7,26 pada standar deviasi 1,852. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

5 - 7 = Rendah

> 7 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.22
Distribusi Frekuensi Sikap
Responden Laki-laki

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	17	63%
Tinggi	10	37%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 17 orang (63%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 10 orang (37%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

4. Sikap Mahasiswa berdasarkan kelompok responden perempuan terhadap *Hoax* di Media Sosial.

Untuk mengetahui sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden yang terdiri dari 27 responden laki-laki dan 55 responden perempuan. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menyetujui, menanggapi, menilai, mengelola dan menghayati. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Setuju/menerima informasi dari *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menyetujui/menerima informasi dari *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,82 pada standar deviasi 0,434. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu :

Tabel 4.23
Menyetujui Informasi *hoax* di Media Sosial (Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	54	98,1%
Tinggi	1	1,9%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 54 orang (98,1%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (1,9%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan tidak menyetujui informasi dari *hoax* di media sosial.

b. Menanggapi *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menanggapi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 0,87 pada standar deviasi 0,546. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.24
Sikap Menanggapi *Hoax* Di Media Sosial
(Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	52	94,5%
Tinggi	3	5,5%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 52 orang (94,5%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 3 orang (5,5%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan tidak menanggapi *hoax* di media sosial.

c. Kemampuan menilai *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan

maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,63 pada standar deviasi 0,729. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 3 = Rendah

> 3 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.25
Kemampuan Menilai *Hoax* Di Media Sosial
(Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	55	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui seluruh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan tidak mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan Mengelola berita di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu mengelola *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,71 pada standar deviasi 0,497. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.26
Kemampuan Mengelola Berita Di Media Sosial
(Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	54	98,2%
Tinggi	1	1,8%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 54 orang (98,2%) Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (1,8%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden perempuan tidak mampu mengelola berita di media sosial.

e. Menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 1,05 pada standar deviasi 0,524. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.27
Menghayati/Menikmati Membaca *Hoax* Di Media Sosial
Perempuan

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	46	83,6%
Tinggi	9	16,4%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 46 orang (83,6%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 9 orang (16,4%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menghayati/menikmati saat membaca *hoax* di media sosial.

Hasil dari keseluruhan analisis di atas menunjukkan bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 diperoleh nilai minimal 4 dan maksimal 10 serta nilai rata-rata (mean) 7,09 pada standar deviasi 1,431. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

4 - 7 = Rendah

> 7 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.28
Distribusi Frekuensi Sikap Responden Perempuan

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	29	52,7%
Tinggi	26	47,3%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 29 orang (52,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 26 orang (47,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

5. Tindakan Mahasiswa berdasarkan kelompok responden laki-laki terhadap *Hoax* di Media Sosial.

Untuk mengetahui tindakan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden yang terdiri dari 27 responden laki-laki dan 55 responden perempuan. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menirukan, memanipulasi, mengaktualisasikan, dan mengekspresikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Keinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,15 pada standar deviasi 0,362. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.29

Distribusi Frekuensi Meniru *Hoax* Di Media Sosial (Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	85,2%
Tinggi	4	14,8%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer*, 2018

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 4 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden laki-laki tidak berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

b. Keinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 for windows diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,48 pada standar deviasi 0,509. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.30

Keinginan Untuk Manipulasi Hoax Di Media Sosial (Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	14	51,9%
Tinggi	13	48,1%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 14 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 13 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden laki-laki tidak berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

c. Keinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengaktualisasikan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,74 pada standar deviasi 0,594. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.31
Keinginan Untuk Mengaktualisasikan Informasi Dari *Hoax* (Laki-Laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	25	92,6%
Tinggi	2	7,4%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 25 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden laki-laki tidak berkeinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

d. Keinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai

minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,56 pada standar deviasi 0,489. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.32
Keinginan Untuk Mengekspresikan/ Menerapkan Informasi Dari *Hoax*
(Laki-laki)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	26	96,3%
Tinggi	1	1,7%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 26 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden laki-laki tidak berkeinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Hasil keseluruhan dari analisis di atas menunjukkan bahwa tindakan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada kelompok responden laki-laki diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata-rata (mean) 1,93 pada standar deviasi 1,685. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

0 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.33
Distribusi Frekuensi Tindakan Responden Laki-laki

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	16	59,3%
Tinggi	11	40,7%
Jumlah	27	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (59,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 11 orang (40,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

6. Tindakan Mahasiswa berdasarkan kelompok responden perempuan terhadap *Hoax* di Media Sosial.

Untuk mengetahui tindakan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden yang terdiri dari 27 responden laki-laki dan 55 responden perempuan. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menirukan, memanipulasi, mengaktualisasikan, dan mengekspresikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Keinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,42 pada standar deviasi 0,534. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.34

Keinginan Untuk Meniru *Hoax* Di Media Sosial (Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	54	98,2%
Tinggi	1	1,8%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 54 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa pada kelompok responden perempuan tidak berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

Keinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,60 pada standar deviasi 0,564. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.35
Keinginan Untuk Memanipulasi Hoax Di Media Sosial (Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	53	96,4%
Tinggi	2	3,6%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 53 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa pada kelompok responden perempuan tidak berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

b. Keinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengaktualisasikan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,69 pada standar deviasi 0,605. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.36
Keinginan Untuk Mengaktualisasikan Informasi Dari Hoax (Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	53	96,4%
Tinggi	2	3,6%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 53 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa pada kelompok responden perempuan tidak berkeinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

c. Keinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,65 pada standar deviasi 0,517. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.37
Keinginan Untuk Mengekspresikan/ Menerapkan Informasi Dari Hoax
(Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	54	98,2%
Tinggi	1	1,8%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 54 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa pada kelompok responden perempuan tidak berkeinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Hasil dari keseluruhan analisis di atas menunjukkan bahwa tindakan mahasiswa pada responden perempuan diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 6 serta nilai rata-rata (mean) 2,36 pada standar deviasi 1,693. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≥ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.38

Distribusi Frekuensi Tindakan (Perempuan)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	27	49,1%
Tinggi	28	50,9%
Jumlah	55	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 27 orang (49,1%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 28 orang (50,9%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

Berikut adalah tabel perbandingan respon (Pengetahuan, Sikap dan Tindakan) Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dari angkatan 2014-2017:

Tabel 4.39

**Perbandingan Respon (Pengetahuan, Sikap dan Tindakan)
Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Pengetahuan		Sikap		Tindakan	
	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi
Laki-Laki	66,7%	33,3%	63%	37%	59,3%	40,7%
Perempuan	61,8%	38,2%	52,7%	47,3%	49,1%	50,9%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Gambaran Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap Hoax di Media Sosial Berdasarkan Angkatan.

- Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Mengingat, memahami, menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkreasikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengingat perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,20 pada standar deviasi 0,523. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1-2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu

Tabel 4.40
Kemampuan Mengingat Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	16	61,8%
Tinggi	5	38,2%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (61,8%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 5 orang (32,2%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan mengingat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 berada pada kriteria rendah.

b. Kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengadakan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 for windows diperoleh nilai minimal 2 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,20 pada standar deviasi 0,410. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.41
Kemampuan Memahami Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	16	76,2%
Tinggi	5	23,8%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 5 orang (23,8%) tingkat kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita berita yang sesungguhnya berada pada kriteria tinggi, sedangkan 16 orang (76,2%) masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 dalam memahami perbedaan berita *hoax* berada pada kriteria rendah.

c. Kemampuan dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,05 pada standar deviasi 0,510. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.42
Kemampuan Dalam Menerapkan Pengetahuan Saat Membaca *Hoax* Di Media Sosial (Angkatan 2014)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	17	77,3%
Tinggi	4	22,7%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 17orang (77,3%) masuk dalam kriteria rendah dalam penerapakan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dikategorikan rendah, sedangkan 4 orang (22,7%) berada pada kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,90 pada standar deviasi 0,447. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.43
Kemampuan Dalam Menganalisis Perbedaan *Hoax* Dan Berita Yang
Sesungguhnya (Angkatan 2014)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	97,3%
Tinggi	1	2,7%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (97,3%) dikategorikan rendah, sedangkan 1 orang (2,7%) dikategorikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

e. Kemampuan dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,95 pada standar deviasi 0,510 Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

2 - 3 = Rendah

> 3 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.44
Kemampuan Dalam Mengevaluasi/Memeriksa Kebenaran Berita
Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	19	95,7%
Tinggi	2	4,3%
Jumlah	82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (95,7%) tingkat mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita dinyatakan rendah, sedangkan 2 orang (4,3%) dinyatakan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

f. Kemampuan dalam mengkreasikan berita *hoax*.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengkreasikan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,61 pada standar deviasi 0,587. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.45
Kemampuan Dalam Mengkreasikan Berita *Hoax* (Angkatan 2014)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	19	95,7%
Tinggi	2	4,3%
Jumlah	82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (95,7%) mahasiswa masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang (4,3%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengkreasikan berita *hoax*.

Hasil analisis keseluruhan menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 diperoleh nilai minimal 10 dan maksimal 18 serta nilai rata (mean) 11,90 pada standar deviasi 1,814. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

10 - 12 = Rendah

>12 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.46
Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI
angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	16	76,2%
Tinggi	5	23,8%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (76,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 5 orang (23,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

2. Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial pada angkatan 2015.

Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Mengingat, memahami, menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkreasikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengingat perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,13 pada standar deviasi 0,537. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.47
Kemampuan Mengingat Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	19	79,2%
Tinggi	5	20,8%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (79,2%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 5 orang (20,8%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan mengingat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 berada pada kriteria rendah.

b. Kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,17 pada standar deviasi 0,482. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.48
Kemampuan Memahami Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	19	79,2%
Tinggi	5	20,8%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 5 orang (20,8%) tingkat kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita benar yang sesungguhnya berada pada kriteria tinggi, sedangkan 19 orang (79,2%) masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 dalam memahami perbedaan berita *hoax* berada pada kriteria rendah.

c. Kemampuan dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,83 pada standar deviasi 0,637. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.49
Kemampuan Dalam Menerapkan Pengetahuan Saat Membaca *Hoax* Di Media Sosial (Angkatan 2015)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	22	91,7%
Tinggi	2	8,3%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 22 orang (91,7%) masuk dalam kriteria rendah dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dikategorikan rendah, sedangkan 2 orang (8,3%) berada pada kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,96 pada standar deviasi 0,550. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.50
Kemampuan Dalam Menganalisis Perbedaan *Hoax* Dan Berita Yang
Sesungguhnya (Angkatan 2015)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	21	87,5%
Tinggi	3	12,5%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 21 orang (87,5%) dikategorikan rendah, sedangkan 3 orang (12,5%) dikategorikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 tidak mampu menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

e. Kemampuan dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,88 pada standar deviasi 0,537. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.51
Kemampuan dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita
(Angkatan 2015)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	22	91,7%
Tinggi	2	8,3%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 22 orang (91,7%) tingkat mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita dinyatakan rendah, sedangkan 2 orang (8,3%) dinyatakan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

f. Kemampuan dalam mengkreasikan berita *hoax*.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengkreasikan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,63 pada standar deviasi 0,576. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.52
Kemampuan Dalam Mengkreasikan Berita Hoax (Angkatan 2015)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (95,8%) mahasiswa masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (4,2%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengkreasikan berita *hoax*.

Hasil keseluruhan dari analisis di atas menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 diperoleh nilai minimal 8 dan maksimal 18 serta nilai rata (mean) 11,58 pada standar deviasi 2,125. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

8 - 12 = Rendah

> 12 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.53
Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI
Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	17	70,8%
Tinggi	7	29,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 17 orang (70,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 7 orang (29,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

3. Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *hoax* di media sosial pada angkatan 2016.

Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Mengingat, memahami, menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkreasikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengingat perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,00 pada standar deviasi 0,511. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu :

Tabel 4.54
Kemampuan Mengingat Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	21	87,5%
Tinggi	3	13,5%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 21 orang (87,5%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 3 orang (13,5%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah Hal

ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan mengingat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 berada pada kriteria rendah.

b. Kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengadakan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,08 pada standar deviasi 0,504. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.55
Kemampuan Memahami Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
(Angkatan 2016)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	83,3%
Tinggi	4	12,7%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 4 orang (12,7%) tingkat kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya berada pada kriteria tinggi, sedangkan 20 orang (83,3%) masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 dalam memahami perbedaan berita *hoax* berada pada kriteria rendah.

c. Kemampuan dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,88 pada standar deviasi 0,448. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.56
Kemampuan Dalam Menerapkan Pengetahuan Saat Membaca *Hoax* Di Media Sosial (Angkatan 2016)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (95,8%) masuk dalam kriteria rendah dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dikategorikan rendah, sedangkan 1 orang (4,2%) berada pada kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang

responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,96 pada standar deviasi 0,624. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.57
Kemampuan Dalam Menganalisis Perbedaan *Hoax* Dan Berita Yang
Sesungguhnya (Angkatan 2016)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	83,3%
Tinggi	4	16,7%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (83,3%) dikategorikan rendah, sedangkan 4 orang (16,7%) dikategorikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 tidak mampu menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

e. Kemampuan dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,63 pada standar deviasi 0,576. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.58
Kemampuan Dalam Mengevaluasi/Memeriksa Kebenaran Berita
Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (95,8%) tingkat mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita dinyatakan rendah, sedangkan orang (4,2%) dinyatakan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

f. Kemampuan dalam mengkreasikan berita *hoax*.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengkreasikan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 1,21 pada standar deviasi 0,658. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.59
Kemampuan Dalam Mengkreasikan Berita Hoax
Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	16	66,7%
Tinggi	8	33,3%
Jumlah	82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (66,7%) mahasiswa masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 8 orang (33,3%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengkreasikan berita *hoax*.

Hasil keseluruhan dari analisis di atas menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 diperoleh nilai minimal 6 dan maksimal 15 serta nilai rata (mean) 10,75 pada standar deviasi 2,029. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

6 - 11 = Rendah

> 11 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.60
Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI
Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	15	62,5%
Tinggi	9	37,5%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 15 orang (62,5%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 9 orang (37,5%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan masuk dalam kriteria tinggi.

4. Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial pada angkatan 2017.

Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Mengingat, memahami, menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkreasikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengingat perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,92 pada standar deviasi 0,494. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu :

Tabel 4.61
Kemampuan Mengingat Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
(Angkatan 2017)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	92,3%
Tinggi	1	7,7%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang (92,3%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (7,7%) tingkat kemampuan mengingat perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan mengingat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 berada pada kriteria rendah.

b. Kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami perbedaan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 2 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,23 pada standar deviasi 0,439. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.62
Kemampuan Memahami Perbedaan *Hoax* Dengan Berita Yang Sesungguhnya
Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	10	76,9%
Tinggi	3	23,1%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 3 orang (76,9%) tingkat kemampuan memahami perbedaan *hoax* dengan berita berita yang sesungguhnya berada pada kriteria tinggi, sedangkan 3 orang (23,1%) masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 dalam memahami perbedaan berita *hoax* berada pada kriteria rendah.

c. Kemampuan dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,00 pada standar deviasi 0,408. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.63
Kemampuan Dalam Menerapkan Pengetahuan Saat Membaca *Hoax* Di Media Sosial (Angkatan 2017)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	92,3%
Tinggi	1	7,7%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang (92,3%) masuk dalam kriteria rendah dalam menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dikategorikan rendah, sedangkan 1 orang (7,7%) berada pada kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menerapkan pengetahuan saat membaca *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,08 pada standar deviasi 0,494. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.64
Kemampuan Dalam Menganalisis Perbedaan *Hoax* Dan Berita Yang
Sesungguhnya (Angkatan 2017)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	11	84,6%
Tinggi	2	15,4%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 11 orang (84,6%) dikategorikan rendah, sedangkan 2 orang (15,6%) dikategorikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 tidak mampu menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya.

e. Kemampuan dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,62 pada standar deviasi 0,650. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.65
Kemampuan Dalam Mengevaluasi/Memeriksa Kebenaran Berita

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	92,3%
Tinggi	1	7,7%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang (92,3%) tingkat mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita dinyatakan rendah, sedangkan 1 orang (7,7%) dinyatakan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita.

f. Kemampuan dalam mengkreasikan berita *hoax*.

Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengkreasikan berita *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 1,23 pada standar deviasi 0,725. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.66
Kemampuan Dalam Mengkreasikan Berita *Hoax*
Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	8	61,5%
Tinggi	5	38,5%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 8 orang (61,5%) mahasiswa masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 5 orang (38,5%) masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengkreasikan berita *hoax*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 diperoleh nilai minimal 9 dan maksimal 14 serta nilai rata (mean) 11,553 pada standar deviasi 11,8. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

9 - 14 = Rendah

> 14 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.67
Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI
Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	9	69,2%
Tinggi	4	30,8%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 9 orang (69,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 4 orang (30,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

Dari hasil keseluruhan analisis data di atas, dapat diketahui bahwa pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar berdasarkan angkatan yakni dari angkatan 2014-2017 dominan masuk dalam kategori rendah.

5. Sikap Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial angkatan 2014.

Untuk mengetahui sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menyetujui, menanggapi, menilai, mengelola dan menghayati. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Setuju/menerima informasi dari *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menyetujui/menerima informasi dari *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,80 pada standar deviasi 0,523. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu :

Tabel 4.68
Distribusi Frekuensi Sikap Menyetujui Mahasiswa Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	19	95,3%
Tinggi	2	4,7%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (95,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang (4,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menyetujui informasi dari *hoax* di media sosial.

b. Menanggapi *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menanggapi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,90 pada standar deviasi 0,553. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.69
Distribusi Frekuensi Sikap Menanggapi
Mahasiswa Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	18	90,6%
Tinggi	3	9,4%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang (90,6%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 3 orang (9,4%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menanggapi *hoax* di media sosial.

c. Kemampuan menilai *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan

maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,95 pada standar deviasi 0,394. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

$$2 - 2 = \text{Rendah}$$

$$> 2 = \text{Tinggi}$$

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.70
Kemampuan Menilai *Hoax* Di Media Sosial
Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	97,3%
Tinggi	1	2,7%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (97,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (2,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan Mengelola berita di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu mengelola *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,90 pada standar deviasi 0,447. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

$$1 - 2 = \text{Rendah}$$

$$> 2 = \text{Tinggi}$$

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.70
Kemampuan Mengelola Berita Di Media Sosial
Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	19	95,3%
Tinggi	3	4,7%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (95,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 3 orang (4,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengelola berita di media sosial.

e. Menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 1,15 pada standar deviasi 0,587. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.71
Distribusi Frekuensi Sikap Menghayati Mahasiswa KPI

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	16	75,9%
Tinggi	5	24,1%
Jumlah	82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (75,9%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 5 orang (24,1%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menghayati/menikmati saat membaca *hoax* di media sosial.

Hasil dari keseluruhan analisis di atas menunjukkan bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 diperoleh nilai minimal 5 dan maksimal 10 serta nilai rata-rata (mean) 6,81 pada standar deviasi 1,250. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

5 - 7 = Rendah

> 7 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.72
Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI
Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	16	76,2%
Tinggi	5	23,8%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (76,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 5 orang (23,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

6. Sikap Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial angkatan 2015.

Untuk mengetahui sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menyetujui, menanggapi, menilai, mengelola dan menghayati. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Setuju/menerima informasi dari *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menyetujui/menerima informasi dari *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,75 pada standar deviasi 0,442. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu :

Tabel 4.73
Distribusi Frekuensi Sikap Menyetujui Mahasiswa Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	24	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 24 orang (100%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 0 orang (0%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 tidak menyetujui informasi dari *hoax* di media sosial.

b. Menanggapi *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menanggapi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,71 pada standar deviasi 0,464. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.74

Distribusi Frekuensi Sikap Menanggapi Mahasiswa Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	24	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 24 orang (100%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 0 orang (0%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal

ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 tidak menanggapi *hoax* di media sosial.

c. Kemampuan menilai *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial, maka peneliti mengadakan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 2,08 pada standar deviasi 0,509. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.75
Distribusi Frekuensi Sikap Menilai
Mahasiswa Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	83,3%
Tinggi	4	16,7%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (83,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 4 orang (16,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 tidak mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan Mengelola berita di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu mengelola *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,79 pada standar deviasi 0,509. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.76
Kemampuan Mengelola Berita Di Media Sosial
Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (95,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (4,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengelola berita di media sosial.

e. Menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0

dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,96 pada standar deviasi 0,624. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.77
Menghayati/Menikmati Membaca *Hoax* Di Media Sosial
Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	83,3%
Tinggi	4	16,7%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (83,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 4 orang (16,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menghayati/menikmati saat membaca *hoax* di media sosial.

Hasil dari keseluruhan analisis di atas menunjukkan bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 diperoleh nilai minimal 4 dan maksimal 8 serta nilai rata-rata (mean) 6,29 pada standar deviasi 1,083. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

4 - 8 = Rendah

> 8 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.78
Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI
Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	50%
Tinggi	12	50%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 14 orang (50%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 14 orang (50%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

7. Sikap Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial angkatan 2016.

Untuk mengetahui sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi menyetujui, menanggapi, menilai, mengelola dan menghayati. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Setuju/menerima informasi dari *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menyetujui/menerima informasi dari *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,71 pada standar deviasi 0,550. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu :

Tabel 4.79
Sikap Menyetujui Berita *hoax* (Angkatan 2016)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	85,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (85,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (4,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 tidak menyetujui informasi dari *hoax* di media sosial.

b. Menanggapi *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menanggapi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 3 serta nilai rata mean) 1,17 pada standar deviasi 0,702. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.80
Menanggapi *hoax* di Media sosial (Angkatan 2016)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	20	83,3%
Tinggi	4	6,7%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (83,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 4 orang (6,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 tidak menanggapi *hoax* di media sosial.

c. Kemampuan menilai *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,96 pada standar deviasi 0,464. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.81
Menilai Berita Hoax (Angkatan 2016)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	22	91,7%
Tinggi	2	8,3%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 22 orang (91,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang (8,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 tidak mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan Mengelola berita di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu mengelola *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,75 pada standar deviasi 0,532. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.82
Mengelola Berita di Media Sosial (Angkatan 2016)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (95,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (4,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengelola berita di media sosial.

e. Menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 1,08 pada standar deviasi 0,654. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.83

**Menghayati/Menikmati Membaca *Hoax* Di Media Sosial
Angkatan 2016**

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (95,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (4,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal

ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menghayati/menikmati saat membaca *hoax* di media sosial.

Hasil keseluruhan dari analisis di atas menunjukkan bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 diperoleh nilai minimal 4 dan maksimal 11 serta nilai rata-rata (mean) 6,67 pada standar deviasi 1,659. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

4 - 7 = Rendah

> 7 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.84
Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI
Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	17	70,8%
Tinggi	7	29,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 17 orang (70,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 7 orang (29,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

8. Sikap Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial angkatan 2017.

Untuk mengetahui sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi menyetujui, menanggapi, menilai,

mengelola dan menghayati. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Setuju/menerima informasi dari *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menyetujui/menerima informasi dari *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,69 pada standar deviasi 0,630. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu :

Tabel 4.85

Distribusi Frekuensi Sikap Menyetujui Mahasiswa Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	92,3%
Tinggi	1	7,7%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (85,8%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (4,2%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 tidak menyetujui informasi dari *hoax* di media sosial.

b. Menanggapi *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menanggapi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan

SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,85 pada standar deviasi 0,376. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.86
Distribusi Frekuensi Sikap Menanggapi Mahasiswa Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	13	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 13 orang (100%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 0 orang (0%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 tidak menanggapi *hoax* di media sosial.

c. Kemampuan menilai *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 3 serta nilai rata (mean) 1,92 pada standar deviasi 0,494. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.87
Distribusi Frekuensi Sikap Menilai Mahasiswa Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	92,3%
Tinggi	1	7,7%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang (92,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang (7,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 tidak mampu menilai kebenaran *hoax* di media sosial.

d. Kemampuan Mengelola berita di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa mampu mengelola *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 1 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 1,62 pada standar deviasi 0,506. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.88
Distribusi Frekuensi Sikap Mengelola Mahasiswa Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	13	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 13 orang (100%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 0 orang (0%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam 2017 tidak mampu mengelola berita di media sosial.

e. Menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,85 pada standar deviasi 0,376. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.89
Distribusi Frekuensi Sikap Menghayati Mahasiswa Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	13	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 13 orang (100%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 0 orang (0%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 tidak menghayati/menikmati saat membaca *hoax* di media sosial.

Hasil keseluruhan dari analisis di atas menunjukkan bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 diperoleh nilai minimal 4 dan maksimal 7 serta nilai rata-rata (mean) 5,92 pada standar deviasi 1,115. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

4 - 6 = Rendah

> 6 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.90
Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI
Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	8	61,5%
Tinggi	5	38,5%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer*, 2018

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 8 orang (61,5%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 5 orang (38,5%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

Hasil keseluruhan dari analisis data di atas, dapat diketahui bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar berdasarkan angkatan yakni angkatan 2014-2017 dominan masuk dalam kategori rendah.

9. Tindakan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial angkatan 2014.

Untuk mengetahui tindakan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden,. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menirukan, memanipulasi, mengaktualisasikan, dan mengekspresikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Keinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,20 pada standar deviasi 0,410. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.91
Distribusi Frekuensi Meniru *hoax* (Angkatan 2014)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	17	83,5%
Tinggi	4	16,5%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer*, 2018

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 17 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 4 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

b. Keinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 for windows diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,65 pada standar deviasi 0,587. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.92
Memanipulasi *hoax* di Media Sosial (Angkatan 2014)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	18	90,6%
Tinggi	3	9,4%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 3 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

c. Keinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengaktualisasikan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,85 pada standar deviasi 0,587. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.93
Distribusi Frekuensi Aktualisasi Mahasiswa Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	18	90,6%
Tinggi	3	9,4%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 3 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

d. Keinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,65 pada standar deviasi 0,489. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.94
Mengekspresikan / Menerapkan Informasi Dari Hoax
Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	21	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 21 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 0 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 tidak berkeinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Hasil keseluruhan dari analisis di atas menunjukkan bahwa tindakan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 4 serta nilai rata-rata (mean) 2,38 pada standar deviasi 1,431. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

0 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.95
Distribusi Frekuensi Tindakan Mahasiswa KPI
Angkatan 2014

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	11	52,4%
Tinggi	10	47,6%
Jumlah	21	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 11 orang (52,4%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 10 orang (47,6%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

10. Tindakan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial angkatan 2015.

Untuk mengetahui tindakan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden,. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menirukan, memanipulasi, mengaktualisasikan, dan mengekspresikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Keinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,38 pada standar deviasi 0,576. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.96
Meniru *hoax* di Media Sosial Mahasiswa Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

b. Keinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,50 pada standar deviasi 0,511. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.97
Memmanipulasi Hoax Di Media Sosial (Angkatan 2015)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	24	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 24 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 0 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 tidak berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

c. Keinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengaktualisasikan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,67 pada standar deviasi 0,565. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.98
Distribusi Frekuensi Aktualisasi Mahasiswa Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	24	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 24 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 0 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 tidak berkeinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

d. Keinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*, maka peneliti mendedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,67 pada standar deviasi 0,564. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.99
Distribusi Frekuensi Mengekspresikan Mahasiswa Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Hasil dari keseluruhan analisis di atas menunjukkan bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 6 serta nilai rata-rata (mean) 2,21 pada standar deviasi 1,744. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≥ 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.100
Distribusi Frekuensi Tindakan Mahasiswa KPI
Angkatan 2015

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	10	41,7%
Tinggi	14	58,3%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 10 orang (41,7%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 14 orang (58,3%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

11. Tindakan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial angkatan 2016.

Untuk mengetahui tindakan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden,. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menirukan, memanipulasi, mengaktualisasikan, dan mengekspresikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Keinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,38 pada standar deviasi 0,495. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.101
Distribusi Frekuensi Meniru Mahasiswa Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	15	62,5%
Tinggi	9	37,5%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 15 orang responden masuk dalam kriteria rendah. Sedangkan sebanyak 9 responden masuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

b. Keinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,46 pada standar deviasi 0,509. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.102
Distribusi Frekuensi Memanipulasi
Mahasiswa Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	50%
Tinggi	12	50%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 12 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan tidak berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

c. Keinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengaktualisasikan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,63 pada standar deviasi 0,647. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.103
Distribusi Frekuensi Aktualisasi
Mahasiswa Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	22	91,7%
Tinggi	2	8,3%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 22 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 2 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 tidak berkeinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

d. Keinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,46 pada standar deviasi 0,588. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.104
Distribusi Frekuensi Mengekspresikan
Mahasiswa Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	23	95,8%
Tinggi	1	4,2%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Hasil keseluruhan dari analisis data di atas menunjukkan bahwa tindakan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 diperoleh nilai minimal 6 dan maksimal 15 serta nilai rata-rata (mean) 1,92 pada standar deviasi 1,864. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

0 - 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.105
Distribusi Frekuensi Tindakan Mahasiswa KPI
Angkatan 2016

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	15	62,5%
Tinggi	9	37,5%
Jumlah	24	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 15 orang (62,5%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 9 orang (37,5%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

12. Tindakan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial angkatan 2017.

Untuk mengetahui tindakan mahasiswa terhadap *hoax*, maka peneliti mengajukan pertanyaan dalam angket pada 82 responden,. Adapun isi pertanyaan yang dimaksud meliputi Menirukan, memanipulasi, mengaktualisasikan, dan mengekspresikan. Untuk mengetahui secara lebih jelas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Keinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,38 pada standar deviasi 0,506. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

< 1 = Rendah

≥ 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.106
Distribusi Frekuensi Meniru Mahasiswa Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	8	61,5%
Tinggi	5	38,5%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 8 orang responden masuk dalam kriteria rendah. Sedangkan sebanyak 5 responden masuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk meniru *hoax* di media sosial.

b. Keinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,69 pada standar deviasi 0,630. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.107
Distribusi Frekuensi Memanipulasi Mahasiswa Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	92,3%
Tinggi	1	7,7%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 11 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan tidak berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* di media sosial.

c. Keinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengaktualisasikan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 2 serta nilai rata (mean) 0,69 pada standar deviasi 0,630. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.108
Mengaktualisasikan Informasi Dari *Hoax* (Angkatan 2017)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	12	92,3%
Tinggi	1	7,7%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang responden masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 1 orang responden masuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 tidak berkeinginan untuk mengaktualisasikan informasi dari *hoax*.

d. Keinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Untuk mengetahui apakah mahasiswa berkeinginan mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai

minimal 0 dan maksimal 1 serta nilai rata (mean) 0,77 pada standar deviasi 0,439. dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≤ 1 = Rendah

> 1 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.109
Mengekspresikan/ Menerapkan Informasi Dari Hoax (Angkatan 2017)

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	13	100%
Tinggi	0	0%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 13 orang responden masuk dalam kriteria rendah. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 tidak berkeinginan untuk mengekspresikan/ menerapkan informasi dari *hoax*.

Hasil dari keseluruhan analisis data di atas menunjukkan bahwa sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 6 serta nilai rata-rata (mean) 2,54 pada standar deviasi 1,761. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

≥ 3 = Rendah

> 3 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.110
Distribusi Frekuensi Tindakan Mahasiswa KPI
Angkatan 2017

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	8	61,5%
Tinggi	5	38,5%
Jumlah	13	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 8 orang (61,5%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 5 orang (38,5%) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam masuk dalam kriteria tinggi.

Berikut adalah tabel perbandingan respon (Pengetahuan, Sikap dan Tindakan) Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dari angkatan 2014-2017:

Tabel 4.111
Perbandingan Respon (Pengetahuan, Sikap dan Tindakan)
Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Angkatan	Pengetahuan		Sikap		Tindakan	
	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi
2014	76,2%	23,8%	76,2%	23,8%	52,4%	47,3%
2015	70,3%	29,2%	71,3%	28,7%	41,7%	58,3%
2016	62,5%	37,5%	70,8%	29,2%	62,3%	37,5%
2017	69,2%	30,8%	61,5%	38,5%	61,5%	38,5%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Tabel diatas menunjukkan bahwa rata-rata respon berupa pengetahuan lebih tinggi pada angkatan 2014 yakni 11,95 sedangkan rata-rata respon paling rendah adalah angkatan 2017 dan 2017. Sedangkan respon berupa sikap lebih tinggi pada angkatan 2014 dengan rata-rata 6,70 sedangkan yang paling rendah adalah angkatan 2017. Begitupula dengan rata-rata respon berupa tindakan yang menunjukkan bahwa responden dari angkatan 2017 lebih tinggi yakni 2,57

13. Respon Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Alauddin Makassar terhadap *Hoax* di Media Sosial.

a. Pengetahuan

Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa mengenai *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 *for windows* diperoleh nilai minimal 6 dan maksimal 18 serta nilai rata (mean) 11,34 pada standar deviasi 1,977. Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

6 - 11 = Rendah

> 11 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.112
Distribusi Frekuensi Pengetahuan Mahasiswa KPI

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	48	58,5%
Tinggi	34	41,5%
Jumlah	82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 48 orang (58,5%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 34 orang (41,5%) masuk kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai *hoax* rendah.

b. Sikap

Untuk mengetahui sikap mahasiswa mengenai *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18

for windows diperoleh nilai minimal 4 dan maksimal 11 serta nilai rata (mean) 6,44 pada standar deviasi 1,334 Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

4 – 6 = Rendah

> 6 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.113
Distribusi Frekuensi Sikap Mahasiswa KPI

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	69	84,1%
Tinggi	13	15,9%
Jumlah	82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 69 orang (84,1%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 13 orang (15,9%) masuk kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sikap Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai *hoax* berada pada kriteria rendah, dengan kata lain mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menyukai *hoax* yang di media sosial.

c. Tindakan

Untuk mengetahui tindakan mahasiswa mengenai *hoax*, maka peneliti mengedarkan angket pada 82 orang responden. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 18 for windows diperoleh nilai minimal 0 dan maksimal 6 serta nilai rata (mean) 2,12 pada standar deviasi 1,551 Dari deskripsi data tersebut maka peneliti menjabarkan dalam 2 kategori, yaitu:

1 – 2 = Rendah

> 2 = Tinggi

Jika kriteria itu dijabarkan dalam bentuk maka secara lengkap dapat digambarkan dalam tabel seperti terlihat pada tabel berikut, yaitu:

Tabel 4.14
Distribusi Frekuensi Tindakan

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	47	57,3%
Tinggi	35	42,7%
Jumlah	82	100%

Sumber : *Data Primer, 2018*

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 47 orang (57,3%) masuk dalam kriteria rendah, sedangkan 35 orang (42,7%) masuk kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tindakan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam berkaitan dengan *hoax* berada pada kriteria rendah.

D. Pembahasan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap *hoax* di media sosial. Respon yang dimaksud adalah respon kognitif, afektif serta respon berupa tindakan. Berikut secara mendetail pembahasan mengenai respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap *hoax* di media sosial.

1. Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap *hoax*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 82 responden, ditemukan bahwa respon rata-rata Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap *hoax* dominan rendah.

a. Pengetahuan

Hasil penelitian pada indikator pertama mengenai pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di media sosial, didapatkan hasil sebagai berikut. *Pertama*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengingat perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya. *Kedua*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu memahami perbedaan perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya. *Ketiga*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menerapkan pengetahuan yang telah dimiliki saat membaca *hoax* di media sosial. *Keempat*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu menganalisis perbedaan *hoax* dan berita yang sesungguhnya. *Kelima*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu memeriksa kebenaran berita. *Keenam*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu mengkreasikan berita *hoax*.

Dari Tabel 4.111 menunjukkan bahwa rata-rata pengetahuan angkatan 2017 dan 2016 lebih tinggi dibandingkan angkatan 2014 dan 2015. Hal ini menunjukkan bahwa tingkatan semester mempengaruhi pengetahuan mahasiswa terhadap *hoax*. Terutama pada mahasiswa tingkat akhir yang cenderung lebih fokus mengerjakan tugas akhir dibandingkan dengan hal lain.

Distribusi pengetahuan berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa frekuensi pengetahuan laki-laki dan perempuan terhadap *hoax* yang tersebar di media sosial hanya berbeda 4,9% saja. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan laki-laki dan perempuan mengenai *hoax* sama-sama rendah.

Maka dari hasil deskripsi di atas dapat disimpulkan bahwa rata-rata pengetahuan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai *hoax*

sangatlah kurang dengan nilai persentase secara keseluruhan sebesar 58,5%, karena kebanyakan mahasiswa menganggap *hoax* bukanlah sesuatu yang penting untuk diketahui dan tidak perlu untuk dicari tahu. Hal ini diperkuat dari tes kemampuan membedakan antara *hoax* dan berita yang sesungguhnya dan dari 82 responden, sebanyak 58 orang (70,7%) menjawab salah, sedangkan 24 orang (29,3%) menjawab benar.

b. Sikap

Hasil penelitian pada indikator kedua mengenai sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di media sosial, diperoleh hasil sebagai berikut. *Pertama*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak setuju dengan informasi yang terdapat pada berita *hoax*. *Kedua*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam jarang menanggapi *hoax* di media sosial. *Ketiga*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak mampu menilai kebenaran berita. *Keempat* mampu mengelola berita yang telah dibaca di media sosial. *Kelima*, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menghayati/menikmati membaca *hoax* di media sosial.

Dari Tabel 4.111 menjelaskan bahwa respon dari angkatan 2014, 2015, 2016, dan 2017 dominan masuk dalam kategori rendah, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menyukai, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah faktor psikologi, dimana mahasiswa angkatan 2014 hingga 2017 dinilai lebih dewasa secara umur dan pemikiran. Sedangkan distribusi sikap berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa ketidaksukaan laki-laki terhadap *hoax* lebih tinggi dari pada perempuan dengan perbedaan persentase sebanyak 10,3%. Hal ini dikarenakan 40,21% *hoax* yang tersebar di media sosial

adalah kesehatan dan masalah kecantikan yang menarik sekaligus informasi yang sangat dibutuhkan oleh perempuan, walaupun pada kenyataannya itu hanyalah *hoax*.

Maka dari hasil deskripsi di atas dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak suka membaca berita *hoax* dengan nilai persentase secara keseluruhan sebanyak 84,1%, dan rata-rata responden merasa terganggu dengan adanya berita *hoax* yang kerap muncul di media sosial.

c. Tindakan

Hasil penelitian pada indikator ketiga mengenai tindakan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di media sosial. Diperoleh hasil sebagai berikut. *Pertama*, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk meniru ataupun mengikuti informasi yang ada pada berita *hoax*. *Kedua*, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk memanipulasi *hoax* yang ada di media sosial. *Ketiga*, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk mengaktualisasikan informasi yang ada pada berita *hoax*. *Keempat*, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak berkeinginan untuk mengekspresikan/menerapkan informasi yang ada pada berita *hoax*.

Dari Tabel 4.111, menunjukkan bahwa persentase respon berupa tindakan dari angkatan 2016 dan 2017 dominan masuk dalam kategori rendah dibandingkan dengan angkatan 2014 dan 2015. Sedangkan distribusi tindakan berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa rata-rata tindakan perempuan lebih tinggi dari pada laki-laki yakni 50,9%. Hal ini dikarenakan pengguna media sosial didominasi oleh perempuan yakni mencapai 71% sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Asosiasi penyelenggara Internet, sehingga semakin sering mereka mengakses media sosial.

maka semakin sering pula mereka akan bersinggungan dengan hoax. Sedangkan laki-laki lebih sering menggunakan internet untuk bermain game online.⁵⁵ Beberapa alasan responden meneruskan berita hoax adalah karena berita tersebut didapatkan dari orang yang mereka kenal dan mengira berita tersebut bermanfaat.

2. Cara Melawan *Hoax*

Dalam perspektif Islam, menyebarkan *hoax* termasuk perbuatan ghibah. Bercerita tentang seseorang yang tidak berada di tempat dengan sesuatu yang tidak di sukainya. Baik menyebutkan aib badannya, keturunannya, akhlaknya, perbuatannya, urusan agamanya, dan urusan dunianya.⁵⁶ Kata ghibah berasal dari bahasa arab ghaaba yaghibu ghaiban yang berarti ghaib, tiada hadir. Akar kata غ-ي-ب yang dalam kitab Maqayis al-lughah iartikan sebagai “sesuatu yang tertutup dari pandangan.”⁵⁷

Sebagaimana dalam hadits di jelaskan tentang Ghibah yaitu:

“Dari Abu Hurairah, sesungguhnya Rasulullah Saw bersabda : Tahukah kalian apa Ghibah itu? Sahabat menjawab Allah dan Rasul-nya yang lebih mengetahui. Beliau bersabda : “kamu menyebutkan saudaramu dengan sesuatu yang ia benci,” Beliau ditanya : Bagaimana kalau memang saudaraku melakukan apa yang kukatakan? Beliau menjawab : kalau memang sebenarnya begitu berarti engkau telah menggibahnya, tetapi jika apa yang kau sebutkan tidak benar maka berarti engkau telah berdusta atasnya.”⁵⁸

Berdasarkan Hadis diatas, Ghibah di artikan mengatakan tentang sesuatu yang ada pada diri orang lain saat ia tidak berada di tempat itu, dan apa yang di sebutkan

⁵⁵ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). “Saatnya jadi pokok perhatian pemerintah dan industri”, situs resmi APJII. <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI05November2016.pdf> (16 oktober 2017)

⁵⁶ Hassan sa’udi & Ahmad Hasan Irabi, *Jerat-Jerat Lisan*, (Solo: Pustaka Arofah, 2004), h. 14.

⁵⁷ Mahmud Yunus, Kamus Arab Indonesia, (Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1989), h. 304.

⁵⁸ Lailatul Utiya Choirroh, “Tinjauan hukum pidana Islam terhadap pemberitaan *hoax* yang etentuannya di atur dalam pasal 28 ayat (1) undang – undang republik indonesia no. 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik”, *Skripsi* (Surabaya, Fak Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel, 2017), h. 7

memang ada pada orang tersebut, namun orang tersebut tidak menyukai hal itu. Apabila yang disebutkan tidak ada sebenarnya tidak ada padanya, berarti itu telah termasuk fitnah, dan Pengurus Besar Nahdlatul Ulama Imam Aziz mengatakan

bahwa *hoax* dalam definisi keagamaan itu namanya fitnah.⁵⁹ Sedangkan menurut Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara mengatakan dalam salah satu wawancaranya yang dipublikasikan oleh majalah Tempo.

“Kalau di agama Islam bila info itu benar, tetapi orang tidak suka, jadi tidak mendapatkan pahala, Apalagi kalau informasi itu tidak benar atau *hoax* kita kirim ke mana-mana dan dikirim lagi, itu fitnah berjamaah, karena saking banyaknya”⁶⁰

Fitnah sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai suatu perkataan bohong atau tanpa dasar kebenarannya yang disebar dengan maksud menjelekkan orang seperti pencemaran nama baik atau dalam bentuk kehormatan lainnya.⁶¹ Hal senada juga dikemukakan oleh Abdul Mujid, ia menyatakan bahwa fitnah adalah menyiarkan berita tanpa dasar kebenaran yang hakikatnya hendak merugikan orang lain.⁶²

Allah swt menjelaskan hukum fitnah dalam surat Adz Dzariyat /51 : 13-14.



Terjemahan

(hari pembalasan itu) ialah pada hari ketika mereka diazab di atas api neraka.

⁵⁹ Lutfi Mairizal Putra, "Hoax, itu namanya fitnah, jelas tidak boleh" Tempo.co, 5 Januari 2017./NU%20%20'Hoax'%20itu%20Namanya%20Fitnah,%20Jelas%20Tidak%20Boleh%20-%20Kompas.com.htm (22 Mei 2017).

⁶⁰ Rudiantara, "Kabarkan *Hoax* sama dengan fitnah berjamaah" (Wawancara oleh Ahmad Faiz), *Tempo* (22 Mei 2018).

⁶¹ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 318.

⁶² Tim Penyusun, *Ensiklopedi Al Quran Dunia Islam Moderen*, (Yogyakarta: Dana Sakti Prima Yasa, 2005), 99.

(Dikatakan kepada mereka): "Rasakanlah azabmu itu. Inilah azab yang dulu kamu minta untuk disegerakan."⁶³

Allah swt tidak menghendaki umatnya mengatakan perkataan dusta dan kebohongan, dan Islam tidak menganjurkan fitnah atau berburuk sangka kepada pihak lain. Oleh karena itu, menurut Dr. Harjani Hefni, Lc, Ma ada sembilan prinsip utama dalam komunikasi Islam untuk melawan *hoax*, yaitu:⁶⁴

a. Prinsip Ikhlas

Prinsip ikhlas merupakan prinsip dasar dalam komunikasi Islam, dengan prinsip ini komunikasi yang dilakukan akan berpahala dan jika berkomunikasi tanpa prinsip ini akan menghilangkan kesempatan untuk mendapat pahala saat berkomunikasi. Semangat untuk mendapat pahala inilah yang akan melahirkan sikap kehati-hatian dalam memilih berita yang akan dipublikasikan. Prinsip ini juga akan berdampak pada kesungguhan untuk menyaring pesan yang paling berkualitas.

b. Prinsip Pahala dan Dosa

Prinsip ini menjelaskan bahwa setiap pesan ataupun pernyataan yang keluar itu mengandung konsekuensi pahala atau dosa, baik itu lisan ataupun dalam bentuk tulisan, karena keduanya memiliki peran penting saat berkomunikasi, dan sebagai penentu yang akan membawa kesuksesan atau kehancuran. Berdasarkan prinsip ini, maka berlaku kaidah bahwa semakin banyak *hoax* yang tersebar, maka semakin banyak pulalah dosa orang yang menyebarkannya.

c. Prinsip Kejujuran

⁶³ Departmen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: PT. Sygma Exa media Arkanleema, 2010), h. 207.

⁶⁴ Gun Dun Heryanto, dkk. *Melawan Hoax Di media Sosial dan Di Media Massal* (Yogyakarta: Askopis Press, 2017), h. 259-275

Lisan dan goresan pena bisa membunuh karakter seseorang, bisa merusak hubungan keluarga, kerabat, bahkan bisa menyebabkan pertumpahan darah jika tidak dilandasi oleh kejujuran. Karena itu kejujuran dalam menyampaikan pesan merupakan dasar dalam komunikasi Islam, tidak tegaknya prinsi ini akan berakibat fatal buat kehidupan manusia. Di antara bentuk kejujuran dalam berkomunikasi adalah tidak memutarbalikkan fakta dan tidak berdusta. Berdusta berarti memanipulasi informasi sehingga pesan tidak sesuai dengan yang sebenarnya.

d. Prinsip Berkata Positif

Pesan positif sangatlah berpengaruh terhadap kebahagiaan seseorang dimanapun berada. Seseorang yang sering mengirim pesan positif ke orang lain akan membuatnya menyimpan modal yang banyak untuk melakukan perbuatan positif, namun sebaliknya, seseorang yang sering mengirim berita *hoax* yang biasanya bermuatan akan berdampak buruk bagi komunikator ataupun komunikannya. Salah satu pesan positif yang seharusnya kita sebarluaskan adalah pesan yang berupa motivasi, yaitu pesan yang diungkapkan dengan bahasa yang penuh dengan optimistis membangkitkan semangat untuk melakukan suatu perubahan ke arah yang lebih baik bahkan merupakan langkah awal menuju surga.

e. Prinsip Dua Telinga Satu Mulut

Menceritakan kembali semua yang didengar adalah tanda kecerobohan. Tidak semua informasi yang sampai kepada seseorang dapat dipahami secara benar, atau dipahami secara benar namun beritanya tidak benar, atau beritanya benar namun berita tersebut tidak layak dikonsumsi oleh publik. Menceritakan kembali apa yang didengar akan beresiko memiliki tingkat kesalahan yang banyak, dalam istilah agama disebut dengan dosa.

f. Prinsip Pengawasan

Prinsip pengawasan muncul ketika kita percaya bahwa Allah swt maha melihat, maha mendengar serta maha mengetahui, dan sadar bahwa setiap kata yang kita ucapkan serta setiap perbuatan akan dicatat oleh malaikat.

g. Prinsip Selektivitas dan Validasi

Prinsip ini berkaitan dengan prinsip-prinsip sebelumnya, namun prinsip ini sering kali terabaikan oleh pengirim maupun pengirim kembali pesan. Padahal kehilangan prinsip ini akan berdampak besar bagi pengirimnya. Karena jika informasi yang diterima dan dikirim kembali tidak valid, maka menarik perkataan ataupun tulisan yang sudah dikirim tidak akan bisa dilakukan. Kalaupun bisa, pasti sudah menimbulkan bekas yang sulit dihilangkan oleh penerima pesan.

h. Prinsip Saling Mempengaruhi

Komunikasi adalah proses menyampaikan dan menerima pesan. Saat komunikasi berlangsung, proses pengaruh mempengaruhi juga terjadi. Disamping tujuan positif komunikasi seperti saling mengenal, saling membantu, tolong menolong, berbagi informasi dan lain-lain. Komunikasi juga memiliki tujuan seperti saling mengadu domba, melemahkan semangat, membuat orang sedih, memfitnah orang lain, dan masih banyak lagi. Karena muara komunikasi adalah saling mempengaruhi, maka sebagai umat Islam yang baik, harusnya kita menciptakan komunikasi yang baik, dikarenakan pengaruh suatu pesan tidak hanya sesaat, tapi kadang-kadang kekal sepanjang hidup. Dengan kata lain pesan yang kita sebar dapat menjadi faktor yang menentukan baik buruknya orang-orang yang menerimanya.

i. Prinsip Keadilan (keseimbangan berita)

Keseimbangan yang dimaksud disini adalah upaya untuk mencari informasi tidak hanya dari pembuat berita tetapi juga dari sumber berita. Hal bertujuan untuk menghilangkan bias informasi. Boleh jadi apa yang dipahami oleh pembuat berita tidak seperti yang diinginkan oleh sumber berita. Karena tujuan ini, maka menghadirkan informasi yang seimbang akan membuat keputusan menjadi akurat. Dengan kata lain melakukan pertimbangan dalam menyerap informasi sebelum memberikan sikap adalah keharusan dan efektif menolak *hoax*.

Dengan penanaman nilai agama tentang bahaya *hoax*, diharapkan muncul kesadaran yang lebih baik, diantara kesadaran yang diharapkan adalah tertanamnya fungsi agama yang akan menjadi pengawal saat melakukan sesuatu. Selain dari prinsip-prinsip diatas, perlawanan terhadap *hoax* juga dapat dilakukan dengan menjadi pembaca kritis, yaitu menjadi pembaca atau penerima yang dapat mengklarifikasi sebuah berita yang dicurigai merupakan *hoax*, dengan cara sebagai berikut:⁶⁵

- a. Pembaca dapat mengecek URL (*Uniforms Resource Locator*) dalam informasi yang dibagikan. Pembaca dapat melihat apakah sumber informasi terpercaya atau tidak. Tetapi perlu diwaspadai bahwa kadang sumbernya terpercaya namun isi beritanya *hoax* yang merupakan hasil editan. Tapi jika ada nomor telfon maka pembaca dapat mengklarifikasi tingkat validitas berita yang disampaikan.
- b. Masyarakat harus cerdas memilah mana yang masuk akal dan mana yang tampak berlebihan atau hiperbolis. Penggunaan *broadcast message* merupakan model penyebaran berita *hoax* yang sangat efektif dan masif. Metodenya adalah pesan yang disebarkan dari satu pengguna ke pengguna yang lain, apalagi pembaca yang percaya

⁶⁵ Gun Dun Heryanto, dkk. *Melawan Hoax Di media Sosial dan Di Media Massal* (Yogyakarta : Askopis Press, 2017), h. 119-121

bahwa informasi tersebut benar akan ikut menyebarkan ke banyak pengguna lainnya sehingga terus berlanjut. Namun bentuk *hoax* yang paling banyak dipercaya adalah *hoax* berupa *screenshot* dari website berita terpercaya untuk meyakinkan pembaca sebagai bukti akan kebenaran berita tersebut, namun perlu disadari, bahkan *screenshot* pun dapat dimanipulasi atau dibuat-buat sesuai dengan kebutuhan menggunakan metode *inspect element* dengan sangat mudah.

c. Cara ketiga sekaligus cara paling mudah adalah dengan mengklarifikasi berita yang ditemui di media sosial melalui *search engine* (mesin pencari) di alat pencari, terutama Google. Melakukan pengecekan adalah cara paling ampuh untuk membuktikan kebenaran suatu berita. Pembaca dapat mengecek ulang kebenaran berita tersebut dengan melalui informasi pembandingan, apakah berita tersebut ada di media lain atau tidak. Dalam ilmu penelitian cara ini disebut dengan triangulasi sumber.

Persoalannya adalah masih banyak dari masyarakat yang tidak memiliki kesadaran serta kesabaran untuk melakukan pengecekan terhadap berita yang dibaca dan lebih mengutamakan perasaan tentang hal yang dipercayainya. Hal ini akan berdampak lebih buruk jika, pembaca beranggapan bahwa apa yang dibacanya itu merupakan suatu hal yang bermamfaat dan harus dibagikan kepada orang lain. Fenomena ini disebut sebagai *post-truth society*, dimana masyarakat tampak lebih senang dan percaya *hoax* apakah dalam bentuk berita palsu, atau sebagian palsu sebagian benar, dari pada data-data yang disajikan oleh banyak sumber berita.⁶⁶

Dari hasil pengamatan peneliti, untuk menekan sekaligus memberantas penyebaran *hoax* adalah dengan memunculkan kesadaran pada diri masing-masing

⁶⁶ Gun Dun Heryanto, dkk. *Melawan Hoax Di media Sosial dan Di Media Massal* (Yogyakarta : Askopis Press, 2017), h. 120

individu. Kesadaran yang dimaksud adalah, sadar bahwa memberantas *hoax* yang tersebar di media sosial bukan tanggung jawab orang-orang tertentu saja tapi merupakan tanggung jawab semua orang. Kesadaran inilah yang akan memunculkan respon yang dapat mengotrol penyebaran *hoax* dimasyarakat luas terutama dimedia sosial. Salah satunya adalah respon dari mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam UIN alauddin Makassar sebagai generasi internet yang melek terhadap teknologi digital dan semestinya jauh lebih cerdas memanfaatkan media dibandingkan dengan kalangan yang lain dan mereka juga telah mempelajari segala unsur komunikasi mulai dari komunikator , komunikan, pesan, media , dan efek termasuk kemampuan dalam literasi media. Sudah sepatutnya mereka dapat memberikan contoh kepada masyarakat tentang sehat bermedia termasuk dari segi menyikapi berita *hoax*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian mengenai pengetahuan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di media sosial, diperoleh 58,5% memiliki pengetahuan yang sedikit berkaitan dengan *hoax*, Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan rata-rata Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai *hoax* sangatlah rendah, sehingga mahasiswa tidak mampu membedakan antara *hoax* dan berita yang sesungguhnya. Hal ini dikarenakan kebanyakan mahasiswa menganggap *hoax* bukanlah sesuatu yang penting untuk diketahui dan tidak perlu untuk dicari tahu.

2. Hasil penelitian mengenai sikap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di media sosial, diperoleh hasil 84,1% masuk dalam kriteria rendah, Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam memberikan sikap yang negatif terhadap *hoax*, dimana mahasiswa tidak menyukai serta merasa terganggu dengan banyaknya *hoax* yang tersebar di media sosial.

3. Hasil penelitian mengenai tindakan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap *hoax* di media sosial, 57,3% masuk dalam kriteria rendah, Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tindakan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap *hoax* sangatlah rendah, baik itu menyebarkan berita *hoax* ataupun mencoba mempraktekkan apa yang ada pada *hoax* tersebut.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka implikasi penelitian yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memperkaya keilmuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran, sekaligus sebagai sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan. Apalagi mengingat penyebaran *hoax* telah sering meresahkan masyarakat. Oleh karena itu, perlunya ada materi tentang *hoax* yang diajarkan secara akademik dan dibukukan sebagai pedoman pembelajaran.
2. Implikasi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan secara khusus kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, agar dijadikan bahan evaluasi dalam menyikapi *hoax* di media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *hoax*, sehingga para pembaca lebih pandai dalam menyikapinya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- Ahmadi, Abu. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta. : 1999.
- Anggraini, Clara Novita. *Literasi Media Baru Dan Penyebaran Informasi Hoax (Studi Fenomenologi pada Pengguna Whatsapp dalam Penyebaran Informasi Hoax periode Januari-Maret 2015) Thesis*, Universitas Gadjah Mada, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Presedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya: 2010.
- Asep syamsul M.Romli. *Jurnalistik online*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2012.
- Depertmen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Sygma Exame dia Arkanleema, 2010.
- Effendy, Onong Uchiana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung :PT Remaja Rosda Karya: 2008.
- Fatty, Dkk. *Pengantar Psikologi Umum*. Usaha Nasional: 1982.
- Gun Dun Heryanto, dkk. *Melawan Hoax Di media Sosial dan Di Media Massal* Yogyakarta : Askopis Press, 2017
- Hassan sa'udi & Ahmad Hasan Irabi, *Jerat-Jerat Lisan*, Solo: Pustaka Arofah, 2004
- Lailatul Utiya Choirroh, "Tinjauan hukum pidana islam terhadap pemberitaan *hoax* yang etentuannya di atur dalam pasal 28 ayat (1) undang – undang republik indonesia no. 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik", *Skripsi*. Surabaya, Fak Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel, 2017
- Mahmud Yunus, Kamus Arab Indonesia, Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1989
- Rahmad, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.: 2005.
- Rudiantara, "Kabarkan *Hoax* sama dengan fitnah berjamaah", wawancara oleh Ahmad Faiz), *Tempo*
- Stanley, Dennis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Cengage Learning, 2010
- Sugiono, *Model Metode Penelitian kuantitatif kualitatif*, Bandung : Alfabeta : 2009
- Siswanti, dkk, *Metodologi Penelitian kesehatan dan kedokteran*, Yogyakarta : Bursa Ilmu : 2015
- JP.C Haplin. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada: 2005.
- Tajibu, Kamaluddin. *Metode penelitian Komunikasi*, Makassar: Alauddin University press: 2013.
- Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 2001
- Tim Penyusun, *Ensiklopedi Al Quran Dunia Islam Moderen*, Yogyakarta : Dana Sakti Prima Yasa, 2005
- Kartono, Kartini. *Psikologi Umum*. Bandung: Mandar Maju.: 1996.

Rahadi, Dedi Rianti. "Perilaku pengguna dan Informasi hoax di media sosial", *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*. vol. 5 no 1 (2017).

Wiratna sujarweni, *metodologi penelitian*, Yogyakarta : pustaka baru press, 2014

B. Sumber Online

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). "Saatnya jadi pokok perhatian pemerintah dan industri", *situs resmi APJII*. [https:// apjii.or.id/download/file/ BULETINAPJIIEDISI 05November2016. Pdf](https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI05November2016.Pdf).

Biantoro, Bramy.2016. *4 Bahaya Mengintai dari Kabar Hoax di Dunia Maya*. di <https://www.merdeka.com/teknologi/4-bahaya-mengintai-dari-kabar-hoax-di-duniamaya.html>

Lutfi Mairizal Putra , "Hoax, itu namanya fitnah, jelas tidak boleh" *Tempo.co*, 5 Januari/017./[NU% 20% 20'Hoax'% 20Itu% 20Namanya% 20Fitnah,% 20Jelas% 20Tidak% 20Boleh% 20-% 20 Kompas.com.htm](https://www.tempo.co/017/NU%20%20'Hoax'%20Itu%20Namanya%20Fitnah,%20Jelas%20Tidak%20Boleh%20-%20Kompas.com.htm)

Marischa. Pengaruh Media Online terhadap Perkembangan Media Konfensional, Blog Marischa <http://marizchachubby.blogspot.co.id/2010/07/pengaruh-media-online-terhadap.html>.

Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL). "Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional" *situs resmi bkkbn*. https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf.

Nugraha, Murojab. "Hoax dalam pandangan islam", *Blog Murojab Nugraha*, <http://www.murojabnugraha.com/2017/05/hoax-dalam-pandangan-islam.html>

Prasetyo, Hery. "Darurat Hoax Bukan Sekedar Hoax", *Intisarionline* <http://intisarionline.com/index.php/Tekhnology/Darurat-Hoax-Bukan-Sekedar-Hoax>

Reza, Joko Iqbal , "Indonesia Negara ke-4 dengan Pengguna Facebook Teraktif di Dunia" *liputan6.com*, 21 april 2017. <http://tekno.liputan6.com/read/2926217/indonesia-negara-ke-4-dengan-pengguna-facebook-teraktif-di-dunia>

Siswanto , "Efek Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi Pada Media Cetak Diera Kovergensi", *Jurnal Pengembangan riset dan sistem informasi komputer*, vol. 94 no 1 (Maret 2017), <http://ejurnal.ipmuns.era.org/index.php/PROSISKO/article/download/142/204a>.

Tri artining putri. "Berita bohong pengaruhi opini pembaca", *Tempo.co* <https://m.tempo.co/read/news/2016/12/08/095826385/hasil-penelitian-berita-bohong-pengaruhi-opini-pembaca>.

<http://www.anehdidunia.com/2012/06/asal-mula-dan-pengertian-kata-hoax.html>

<http://news.liputan6.com/read/2820443/darimana-asal-usul-hoax>.

"Hukum hoax dalam Islam" *beritagar.id*, 9 juni 2017. <https://beritagar.id/artikel/ramadan/-hoax-dalam-islam>

LAMPIRAN



Instrumen Penelitian/Kuesioner

RESPON MAHASISWA JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS ISLAM ALAUDDIN MAKASSAR TERHADAP HOAX DI MEDIA SOSIAL

A. Pengantar

Pengisian Kuesioner ini diajukan untuk kepentingan penelitian bukan untuk kepentingan lainnya. Oleh sebab itu, penelitian berharap kesediaan saudara (i) untuk mengisi kuesioner.

B. Identitas Responden

1. Nomor :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Angkatan : ☐ 2014 ☐ 2015 ☐ 2016 ☐ 2017

C. Petunjuk Pengisian

1. Setelah mengisi tabel bacalah pertanyaan satu persatu.
2. Pilihlah salah satu jawaban kemudian yang telah tersedia.

D. Tes Kemampuan membedakan *Hoax* dan Bukan *Hoax*



- a. *Hoax* b. Bukan *Hoax*

2.



a. Hoax b. Bukan Hoax

3.



a. Hoax
b. Bukan Hoax

4.

a. *Hoax*b. Bukan *Hoax*

5.

a. *Hoax*b. Bukan *Hoax*

6. The screenshot shows a news article from VIVA.com. The headline is "Pemerintah Akan Hapus SBMPTN Tahun Depan". The article features a photo of two men, one in a batik shirt and another in a blue patterned shirt, both looking at a document. The text below the photo mentions "Menteri Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi, M. Nuri". To the right, there is a section titled "PILIHAN REDAKSI" with three items: "Setya Novanto Divonis 15 Tahun Penjara", "Ipsarah Hadapi Vonis, Novanto Berserah pada Allah", and "Setya Novanto Hadapi Vonis Hari Ini". Below that is a section titled "ARTIKEL TERPOPULER" with one item: "Parah, Annisa First Travel Anggip Ibunya Sudah Meninggal". The date at the top is "Selasa, 24 April 2018".

- a. Hoax
- b. Bukan Hoax

7. The screenshot shows a news article from KOMPAS.com. The headline is "Masjid di Geelong Terbakar, Gereja Anglikan Tawarkan Aula untuk Shalat Jumat". The article features a photo of a church on fire at night. The text below the photo mentions "UNIVERSITAS ISLAM Negeri". To the right, there is a section titled "TERPOPULER" with three items: "1. Jari Tangan Rusa Jarak di Bawah Dasi Pilot Dukung Cendek", "2. Virgin 'Gede' Bercome Beruang, Pergi-pergi Tawar Ulanging hingga Terbakar", and "3. Cendekian Pri Hartu Henti Swellbaya Plesi Ward Pagi, 10/1/2018". The date at the top is "KOMPAS.com".

- a. Hoax
- b. Bukan Hoax



- a. *Hoax*
- b. Bukan *Hoax*



- a. *Hoax*
- b. Bukan *Hoax*

10.



- a. Hoax
- b. Bukan Hoax

11.



- a. Hoax
- b. Bukan Hoax

12.

a. *Hoax* b. *Bukan Hoax*

13.

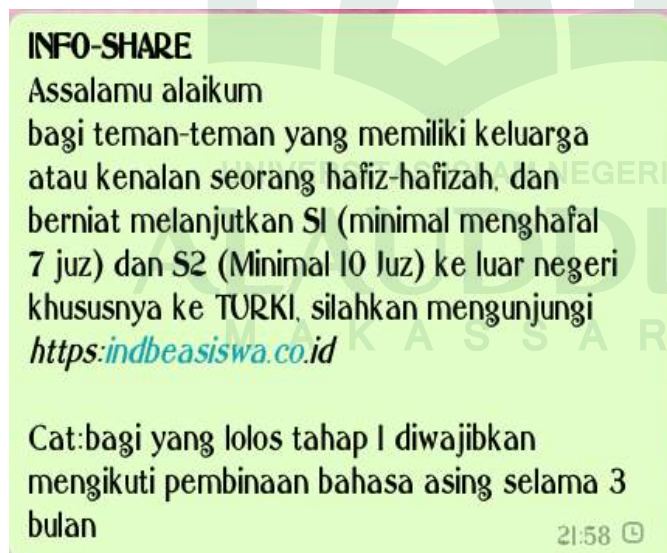
a. *Hoax* b. *Bukan Hoax*

14.



- b. Hoax
- c. Bukan Hoax

15.



- a. Hoax
- b. Bukan Hoax

E. Isi Angket

I. Kognitif / Pengetahuan

1. Apakah anda mengingat perbedaan hoax dengan berita yang sesungguhnya?
 - a. Sangat ingat
 - b. Ingat
 - c. Tidak ingat
 - d. Sangat tidak ingat
2. Apakah anda memahami perbedaan hoax dan berita yang sesungguhnya?
 - a. Sangat paham
 - b. Paham
 - c. Tidak paham
 - d. Sangat tidak paham
3. Apakah anda menerapkan pengetahuan anda saat membaca hoax di media sosial?
 - a. Sangat menerapkan
 - b. Menerapkan
 - c. Tidak menerapkan
 - d. Sangat tidak menerapkan
4. Apakah anda menganalisis perbedaan hoax dan berita yang sesungguhnya?
 - a. Sangat menganalisis
 - b. Menganalisis
 - c. Tidak menganalisis
 - d. Sangat tidak menganalisis
5. Saat anda membaca berita di media sosial apakah anda mampu mengevaluasi/memeriksa kebenaran berita tersebut?
 - a. Sangat mampu mengevaluasi
 - b. Mampu mengevaluasi
 - c. Tidak mampu mengevaluasi
 - d. Sangat tidak mampu mengevaluasi
6. Apakah anda mampu mengkreasikan berita hoax?
 - a. Sangat mampu mengkreasikan
 - b. Mampu mengkreasikan
 - c. Tidak mampu mengkreasikan
 - d. Sangat tidak mampu mengkreasikan

II. Afektif / Sikap

7. Apakah anda menyetujui informasi dari hoax yang anda baca di media sosial?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju

8. Apakah anda selalu menanggapi hoax yang anda baca di media sosial?
 - a. Sering menanggapi
 - b. Selalu menanggapi
 - c. Jarang menanggapi
 - d. Tidak pernah menanggapi
9. Apakah anda mampu menilai kebenaran berita yang anda baca di media sosial?
 - a. Sangat mampu menilai
 - b. Mampu menilai
 - c. Tidak mampu menilai
 - d. Sangat tidak mampu menilai
10. Apakah anda mengelola berita yang anda baca di media sosial?
 - a. Sangat mengelola
 - b. Mengelola
 - c. Tidak Mengelola
 - d. Sangat Tidak Mengelola
11. Apakah anda menghayati/menikmati membaca hoax di media sosial?
 - a. Sangat menghayati
 - b. Menghayati
 - c. Tidak menghayati
 - d. Sangat Tidak menghayati

III. Perilaku

12. Apakah anda berkeinginan meniru hoax yang anda baca di media sosial?
 - a. Sangat berkeinginan meniru
 - b. Berkeinginan meniru
 - c. Tidak berkeinginan meniru
 - d. Sangat Tidak berkeinginan meniru
13. Apakah anda berkeinginan memanipulasi hoax yang anda baca di media sosial?
 - c. Sangat berkeinginan memanipulasi
 - d. Berkeinginan memanipulasi
 - c. Tidak berkeinginan
 - d. Sangat Tidak berkeinginan
14. Apakah anda mengaktualisasikan informasi dari hoax yang anda baca di media sosial?
 - a. Sangat mengaktualisasikan
 - b. mengaktualisasikan
 - c. Tidak mengaktualisasikan
 - d. Sangat Tidak mengaktualisasikan
15. Apakah anda mengekspresikan/ menerapkan informasi dari hoax yang anda baca di media sosial?
 - a. Sangat mengekspresikan
 - b. mengekspresikan
 - c. Tidak mengekspresikan
 - d. Sangat Tidak mengekspresikan

PENGETAHUAN

Data Responden		X1 (PENGETAHUAN)						
Perempuan	2015	2	3	3	2	2	1	13
Laki-Laki	2015	1	2	1	1	1	2	8
Perempuan	2016	2	2	2	1	1	0	8
Perempuan	2016	2	2	2	3	2	1	12
Perempuan	2015	2	2	2	2	2	1	11
Laki-Laki	2015	3	2	2	2	2	2	13
Laki-Laki	2016	2	2	2	2	1	1	10
Laki-Laki	2015	2	2	2	2	2	1	11
Perempuan	2015	1	2	2	2	2	2	11
Laki-Laki	2017	2	2	2	2	2	1	11
Perempuan	2015	2	2	2	2	2	1	11
Perempuan	2014	1	0	2	2	2	1	8
Laki-Laki	2015	3	2	2	3	3	2	15
Perempuan	2014	2	2	1	1	2	1	9
Perempuan	2014	2	2	2	3	2	1	12
Laki-Laki	2014	2	2	3	2	3	2	14
Laki-Laki	2015	3	3	3	3	3	3	18
Laki-Laki	2014	3	2	1	1	2	2	11
Perempuan	2015	2	2	2	2	2	2	12
Perempuan	2014	2	2	2	2	1	1	10
Perempuan	2017	2	2	2	2	2	1	11
Laki-Laki	2014	2	2	2	1	2	1	10
Laki-Laki	2015	2	3	2	2	2	2	13
Laki-Laki	2014	3	3	3	3	3	3	18
Perempuan	2016	3	3	2	2	2	1	13
Perempuan	2014	3	2	2	2	2	1	12
Perempuan	2015	2	2	2	2	1	1	10
Perempuan	2015	2	2	1	1	2	2	10
Perempuan	2015	2	2	2	2	1	1	10
Perempuan	2014	2	2	2	2	2	1	11
Perempuan	2014	2	3	2	2	2	1	12
Perempuan	2017	2	2	2	2	2	2	12
Laki-Laki	2016	2	2	2	2	2	1	11
Laki-Laki	2016	2	3	2	2	1	1	11
Laki-Laki	2016	2	2	2	2	2	1	11
Laki-Laki	2016	2	2	1	1	1	2	9
Perempuan	2016	2	2	2	1	2	1	10
Laki-Laki	2017	2	2	2	3	1	1	11
Perempuan	2016	2	2	2	2	1	1	10
Perempuan	2016	2	2	2	2	2	2	12
Laki-Laki	2014	2	2	2	3	3	2	14

Perempuan	2016	3	3	2	2	1	0	11
Perempuan	2017	2	2	2	2	1	1	10
Perempuan	2017	2	2	2	2	2	0	10
Perempuan	2016	1	0	1	2	1	1	6
Perempuan	2017	2	2	3	2	2	2	13
Perempuan	2015	2	3	1	2	2	2	12
Perempuan	2014	2	3	3	3	2	2	15
Perempuan	2016	2	2	2	2	1	2	11
Perempuan	2015	2	2	2	2	2	2	12
Perempuan	2015	2	2	2	1	1	2	10
Perempuan	2017	2	2	2	2	1	2	11
Perempuan	2016	1	2	1	1	1	0	6
Perempuan	2017	3	3	2	2	2	1	13
Laki-Laki	2016	2	3	2	2	2	1	12
Perempuan	2017	1	3	2	3	3	2	14
Perempuan	2016	2	2	2	2	2	1	11
Perempuan	2015	2	2	0	2	2	2	10
Perempuan	2017	1	2	2	1	1	2	9
Perempuan	2015	2	2	1	1	2	1	9
Perempuan	2015	3	3	2	3	1	2	14
Perempuan	2017	2	2	1	2	1	1	9
Perempuan	2016	2	2	2	2	2	2	12
Laki-Laki	2016	3	2	2	2	1	2	12
Laki-Laki	2014	2	2	2	2	2	2	12
Perempuan	2015	2	0	2	2	2	1	9
Perempuan	2015	3	2	2	2	2	2	13
Perempuan	2014	2	2	2	2	1	2	11
Laki-Laki	2014	2	2	2	2	2	2	12
Laki-Laki	2015	2	2	1	1	2	2	10
Perempuan	2014	1	2	2	2	2	2	11
Laki-Laki	2014	2	3	2	1	2	1	11
Laki-Laki	2014	2	3	2	2	2	2	13
Laki-Laki	2014	3	2	3	2	2	2	14
Perempuan	2015	2	2	2	2	2	1	11
Perempuan	2014	3	2	2	2	2	2	13
Perempuan	2014	2	2	2	2	2	2	12
Laki-Laki	2014	2	2	1	2	2	2	11
Perempuan	2017	2	3	2	2	1	0	10
Perempuan	2014	2	2	2	2	2	1	11
Perempuan	2014	2	2	2	2	2	2	12
Perempuan	2014	2	2	2	2	1	1	10

SIKAP

Data Responden		X2 (SIKAP)					
Perempuan	2015	1	0	3	2	1	7
Laki-Laki	2015	1	0	2	1	0	4
Perempuan	2016	0	0	2	1	1	4
Perempuan	2016	1	1	2	2	2	8
Perempuan	2015	1	1	2	1	2	7
Laki-Laki	2015	0	1	2	2	1	6
Laki-Laki	2016	2	3	2	2	2	11
Laki-Laki	2015	1	1	2	2	2	8
Perempuan	2015	1	1	2	2	2	8
Laki-Laki	2017	0	1	2	2	1	6
Perempuan	2015	0	0	2	2	0	4
Perempuan	2014	1	1	1	1	1	5
Laki-Laki	2015	0	1	3	2	1	7
Perempuan	2014	1	1	1	1	1	5
Perempuan	2014	1	3	2	2	1	9
Laki-Laki	2014	0	1	2	2	1	6
Laki-Laki	2015	0	0	3	3	0	6
Laki-Laki	2014	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2015	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2014	1	1	1	1	1	5
Perempuan	2017	1	1	2	2	1	7
Laki-Laki	2014	0	1	1	2	1	5
Laki-Laki	2015	1	1	2	2	0	6
Laki-Laki	2014	0	0	3	3	0	6
Perempuan	2016	1	1	2	2	2	8
Perempuan	2014	0	1	2	2	2	7
Perempuan	2015	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2015	1	0	2	2	1	6
Perempuan	2015	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2014	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2014	1	0	2	2	1	6
Perempuan	2017	0	0	3	1	1	5
Laki-Laki	2016	1	1	2	1	0	5
Laki-Laki	2016	0	1	2	2	0	5
Laki-Laki	2016	0	1	2	2	1	6
Laki-Laki	2016	1	2	2	2	1	8
Perempuan	2016	1	1	2	2	1	7
Laki-Laki	2017	0	1	2	1	0	4
Perempuan	2016	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2016	1	1	2	2	2	8
Laki-Laki	2014	1	1	3	2	1	8

Perempuan	2016	0	1	2	1	0	4
Perempuan	2017	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2017	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2016	1	1	1	1	2	6
Perempuan	2017	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2015	1	0	3	1	0	5
Perempuan	2014	0	1	3	2	1	7
Perempuan	2016	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2015	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2015	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2017	1	1	1	1	1	5
Perempuan	2016	1	1	2	3	0	7
Perempuan	2017	0	1	2	2	1	6
Laki-Laki	2016	1	1	2	1	0	5
Perempuan	2017	1	0	2	1	0	4
Perempuan	2016	0	2	2	1	1	6
Perempuan	2015	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2017	2	1	1	2	1	7
Perempuan	2015	1	1	1	1	1	5
Perempuan	2015	0	0	2	2	1	5
Perempuan	2017	1	1	2	1	1	6
Perempuan	2016	1	1	2	2	1	7
Laki-Laki	2016	0	1	2	2	2	7
Laki-Laki	2014	0	0	2	2	1	5
Perempuan	2015	1	1	1	1	2	6
Perempuan	2015	0	1	2	2	1	6
Perempuan	2014	1	1	2	1	1	6
Laki-Laki	2014	2	2	2	2	2	10
Laki-Laki	2015	1	3	2	2	1	9
Perempuan	2014	1	1	2	2	1	7
Laki-Laki	2014	1	1	2	1	1	6
Laki-Laki	2014	1	1	2	2	2	8
Laki-Laki	2014	0	1	2	2	2	7
Perempuan	2015	1	1	2	1	1	6
Perempuan	2014	1	0	2	2	1	6
Perempuan	2014	1	2	2	2	1	8
Laki-Laki	2014	1	1	2	2	1	7
Perempuan	2017	0	1	2	2	1	6
Perempuan	2014	1	1	2	2	0	6
Perempuan	2014	1	1	2	2	2	8
Perempuan	2014	1	0	2	2	1	6

TINDAKAN

Data Responden		X3 (TINDAKAN)				
Perempuan	2015	1	0	1	1	2
Laki-Laki	2015	0	0	0	0	0
Perempuan	2016	0	0	0	0	0
Perempuan	2016	1	1	0	0	2
Perempuan	2015	0	0	0	0	1
Laki-Laki	2015	0	0	0	1	1
Laki-Laki	2016	1	1	1	1	4
Laki-Laki	2015	0	1	1	1	4
Perempuan	2015	2	1	1	2	4
Laki-Laki	2017	0	0	0	0	0
Perempuan	2015	0	0	0	0	1
Perempuan	2014	0	0	1	1	1
Laki-Laki	2015	0	0	1	0	2
Perempuan	2014	0	1	1	1	3
Perempuan	2014	1	0	1	1	3
Laki-Laki	2014	0	1	1	1	2
Laki-Laki	2015	0	0	0	0	1
Laki-Laki	2014	0	1	2	1	3
Perempuan	2015	1	1	1	0	4
Perempuan	2014	0	0	0	1	1
Perempuan	2017	0	0	1	1	2
Laki-Laki	2014	0	0	1	1	2
Laki-Laki	2015	0	1	1	1	2
Laki-Laki	2014	0	0	0	0	#REF!
Perempuan	2016	0	0	1	1	2
Perempuan	2014	0	0	0	1	1
Perempuan	2015	1	1	1	1	4
Perempuan	2015	0	1	1	1	3
Perempuan	2015	0	0	2	1	3
Perempuan	2014	1	1	1	1	3
Perempuan	2014	0	0	1	0	2
Perempuan	2017	1	1	1	1	3
Laki-Laki	2016	0	0	0	0	0
Laki-Laki	2016	0	0	1	0	1
Laki-Laki	2016	0	0	1	0	#REF!
Laki-Laki	2016	1	1	2	2	5
Perempuan	2016	1	1	1	1	4
Laki-Laki	2017	0	0	1	1	1
Perempuan	2016	0	0	0	0	1
Perempuan	2016	1	1	1	1	3

Laki-Laki	2014	0	0	0	0	0
Perempuan	2016	0	0	0	0	1
Perempuan	2017	1	2	2	1	6
Perempuan	2017	0	0	0	1	1
Perempuan	2016	1	1	2	1	4
Perempuan	2017	0	1	1	0	3
Perempuan	2015	1	0	0	1	1
Perempuan	2014	0	1	0	0	2
Perempuan	2016	1	1	1	1	4
Perempuan	2015	0	1	1	1	3
Perempuan	2015	1	1	1	1	4
Perempuan	2017	1	1	1	1	3
Perempuan	2016	1	1	1	0	3
Perempuan	2017	0	0	0	0	1
Laki-Laki	2016	0	1	1	1	3
Perempuan	2017	0	1	0	1	1
Perempuan	2016	0	0	0	0	0
Perempuan	2015	0	0	0	0	1
Perempuan	2017	1	1	1	1	4
Perempuan	2015	1	1	1	1	3
Perempuan	2015	0	0	0	0	1
Perempuan	2017	0	1	0	1	1
Perempuan	2016	0	1	0	0	1
Laki-Laki	2016	0	0	0	0	0
Laki-Laki	2014	0	0	0	0	1
Perempuan	2015	0	1	1	1	2
Perempuan	2015	0	0	0	0	1
Perempuan	2014	1	1	1	1	4
Laki-Laki	2014	1	1	1	1	4
Laki-Laki	2015	1	1	1	1	4
Perempuan	2014	0	0	1	1	2
Laki-Laki	2014	0	1	1	1	2
Laki-Laki	2014	0	1	1	0	2
Laki-Laki	2014	0	1	1	0	3
Perempuan	2015	0	1	1	1	2
Perempuan	2014	0	2	2	0	4
Perempuan	2014	0	0	0	0	1
Laki-Laki	2014	0	1	1	1	3
Perempuan	2017	1	1	1	1	3
Perempuan	2014	0	0	0	0	1
Perempuan	2014	1	1	1	1	4
Perempuan	2014	0	1	1	1	#REF!

il Olah Data SPSS 18

Data Responden

Jenis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	27	32,9	32,9	32,9
	Perempuan	55	67,1	67,1	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2014	21	25,6	25,6	25,6
	2015	24	29,3	29,3	54,9
	2016	24	29,3	29,3	84,1
	2017	13	15,9	15,9	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

KOGNITIF

		Mengingat	Memahami	Menerapkan	Menganalisis	Mengevaluasi	Mengkreasi	Total
N	Valid	82	82	82	82	82	82	82
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2,07	2,17	1,91	1,95	1,78	1,45	11,34
Std. Deviation		,516	,466	,526	,542	,567	,651	1,977
Minimum		1	1	0	1	1	0	6
Maximum		3	3	3	3	3	3	18
Percent 100 tiles		3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	18,00

Mengingat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	9,8	9,8	9,8
	2	60	73,2	73,2	82,9
	3	14	17,1	17,1	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Memahami

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3,7	3,7	3,7
2	62	75,6	75,6	79,3
3	17	20,7	20,7	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Menerapkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	1,2	1,2	1,2
1	12	14,6	14,6	15,9
2	62	75,6	75,6	91,5
3	7	8,5	8,5	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Menganalisis

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	14	17,1	17,1	17,1
2	58	70,7	70,7	87,8
3	10	12,2	12,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Mengevaluasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	24	29,3	29,3	29,3
2	52	63,4	63,4	92,7
3	6	7,3	7,3	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Mengkreasikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	5	6,1	6,1	6,1
1	37	45,1	45,1	51,2
2	38	46,3	46,3	97,6
3	2	2,4	2,4	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Total

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 6	1	1,2	1,2	1,2
7	1	1,2	1,2	2,4
8	2	2,4	2,4	4,9
9	6	7,3	7,3	12,2
10	16	19,5	19,5	31,7
11	22	26,8	26,8	58,5
12	16	19,5	19,5	78,0
13	9	11,0	11,0	89,0
14	5	6,1	6,1	95,1
15	2	2,4	2,4	97,6
18	2	2,4	2,4	100,0
Total	82	100,0	100,0	

AFEKTIF

	Menyetujui	Menanggapi	Menilai	Mengelola	Menghayati	Jumlah
N Valid	82	82	82	82	82	82
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	,74	,94	1,99	1,77	1,00	6,44
Std. Deviation	,517	,616	,458	,504	,588	1,334
Minimum	0	0	1	1	0	4
Maximum	2	3	3	3	2	11
Percentil 100es	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00	11,00

Menyetujui

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	24	29,3	29,3	29,3
1	55	67,1	67,1	96,3
2	3	3,7	3,7	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Menanggapi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	15	18,3	18,3	18,3
1	60	73,2	73,2	91,5
2	4	4,9	4,9	96,3
3	3	3,7	3,7	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Menilai

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	11,0	11,0	11,0
2	65	79,3	79,3	90,2
3	8	9,8	9,8	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Mengelola

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	22	26,8	26,8	26,8
2	57	69,5	69,5	96,3
3	3	3,7	3,7	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Menghayati

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	14	17,1	17,1	17,1
1	54	65,9	65,9	82,9
2	14	17,1	17,1	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Total

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	6	7,3	7,3	7,3
5	13	15,9	15,9	23,2
6	22	26,8	26,8	50,0
7	28	34,1	34,1	84,1
8	9	11,0	11,0	95,1
9	2	2,4	2,4	97,6
10	1	1,2	1,2	98,8
11	1	1,2	1,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

TINDAKAN

	Meniru	Memaniplulasi	Mengaktualisa sikan	Mengekspresik an	Total
N Valid	82	82	82	82	82

Mean	Missing	0	0	0	0	0
Std. Deviation		,33	,46	,71	,62	2,12
Minimum		,498	,549	,598	,536	1,551
Maximum		0	0	0	0	0
Percentil 100es		2	2	2	2	6
		2,00	2,00	2,00	2,00	6,00

Meniru

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	56	68,3	68,3	68,3
1	25	30,5	30,5	98,8
2	1	1,2	1,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Memanipulasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	46	56,1	56,1	56,1
1	34	41,5	41,5	97,6
2	2	2,4	2,4	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Mengaktualisasikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	30	36,6	36,6	36,6
1	46	56,1	56,1	92,7
2	6	7,3	7,3	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Mengekspresikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	33	40,2	40,2	40,2
1	47	57,3	57,3	97,6
2	2	2,4	2,4	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Total

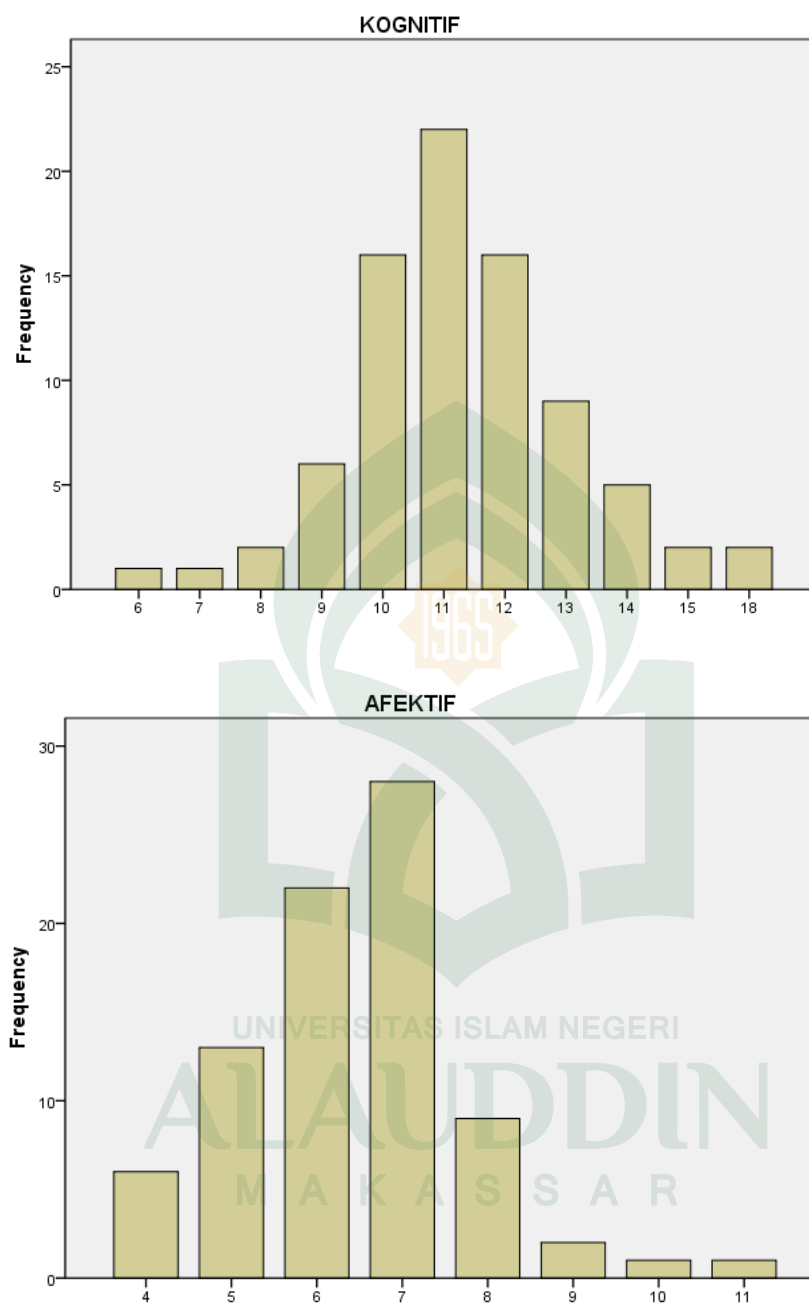
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	16	19,5	19,5	19,5
1	15	18,3	18,3	37,8
2	16	19,5	19,5	57,3
3	19	23,2	23,2	80,5
4	12	14,6	14,6	95,1
5	2	2,4	2,4	97,6
6	2	2,4	2,4	100,0
Total	82	100,0	100,0	

RESPON

N	Valid	82
	Missing	0
Mean		19,90
Std. Deviation		2,844
Minimum		12
Maximum		26
Percentiles	100	26,00

SENJUALAH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 12	2	2,4	2,4	2,4
15	3	3,7	3,7	6,1
16	3	3,7	3,7	9,8
17	9	11,0	11,0	20,7
18	7	8,5	8,5	29,3
19	12	14,6	14,6	43,9
20	14	17,1	17,1	61,0
21	5	6,1	6,1	67,1
22	8	9,8	9,8	76,8
23	11	13,4	13,4	90,2
24	7	8,5	8,5	98,8
26	1	1,2	1,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	







Riwayat Hidup

Mutmainnah, lahir di Pesuloang 20 Juni 1996. Anak pertama dari 4 bersaudara dari pasangan Jaenuddin dan St. Alang. Penulis memulai pendidikan di SDN 6 Balombong, kemudian pada tahun 2011 penulis menyelesaikan pendidikan di SMP Negeri 2 Pamboang, dan pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Modern Al-Ikhlas dan lulus pada tahun 2014. Penulis Masuk di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) pada tahun 2014.

